

Katse islamiin – opas matkailuyrityksille Suomessa

Katja Ahlström

Opinnäytetyö
Matkailun liikkeenjohdon koulu-
tusohjelma 2018



Tekijä Katja Ahlström	
Koulutusohjelma Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Katse islamiin – opas matkailuyrityksille Suomessa	Sivu- ja liitesivumäärä 53 + 46
<p>Islamenemmistöisistä maista, erityisesti Lähi-idän alueelta lähtevät muslimimatrustajat ovat yksi nopeimmin kasvavista matkailijaryhmistä maailmassa. Kehitys on nähtävissä myös Suomessa, vaikka muihin matkailijaryhmiin verrattuna luvut ovat vielä vaatimattomia. Vuonna 2016 avatut, uudet suorat lentoyhteydet Arabian niemimaalta ovat lisänneet Suomen saavutettavuutta ja kiinnostavuutta alueella. Suomen kiinnostavuus on nousussa myös muslimienemmistöisessä, mutta kulttuuriltaan Arabian niemimaata monimuotoisemmassa Malesiassa.</p> <p>Molemmat markkina-alueet ja islamilaisuus ovat vielä varsin tuntemattomia suomalaisille matkailutoimijoille. Business Finland Oy:n Visit Finland -yksikön tilauksesta tämän opinnäytetyön produkti osuudessa tuotetaan matkailuyrittäjien tueksi islamilaisuutta ja muslimimatrustajien tarpeita avaava opaskirjanen. Opinnäytetyön pääongelmana selvitetään, mitkä ovat islaminuskon periaatteita noudattavien matkailijoiden tarpeet ja toiveet islamvähenmistöisessä matkakohteessa. Alaongelmina selvitetään, millaisia odotuksia ja toiveita muslimimatrustajilla on matkailupalveluita ja palvelutilanteita ajatellen. Alaongelmina tarkastellaan myös, miten lähtömaan kulttuuri ja tavat vaikuttavat toiveisiin, tarpeisiin ja odotuksiin. Työn kulttuurinen painopiste on Arabian niemimaalla, Malesiaa käsitellään kevyemmin.</p> <p>Työn tietoperusta rakentuu islamin opin ja uskonnon perusteiden pohjalle, jotka muodostavat viitekehyksen muslimien elämälle kaikkialla maailmassa. Tietoperustaa syvennetään islamin kulttuurin ja ruokakulttuurin tiedoilla. Tietolähteinä käytetään pääasiassa aihepiireistä kirjoitettuja tietoteoksia ja täydennetään artikkeleista, tutkimuksista ja verkkoaineistoista saatavilla tiedoilla. Tietoperustasta poimitaan taustoittamisen kannalta tärkeimmät asiat oppaaseen. Produktin yksityiskohtaiset tiedot perustetaan niin tietoteoksista, tutkimuksista, artikkeleista kuin verkkoaineistoista saataviin faktoihin sekä lähtömarkkinoita tuntevien matkailualanammattilaisten tiedonantoihin.</p> <p>Lähtökohtaisesti muslimimatrustajia kiinnostavat eniten kohteet, joissa heidän on mahdollista lomailla uskontonsa tärkeimpiä periaatteita noudattaen. Kulttuurinsa ja elinpiirinsä muokkaamat yksilöt ovat kuitenkin erilaisia ja myös uskonnollisen vakaumuksen laatu vaihtelee. Uskossaan konservatiivisemmat ovat tarkempia esimerkiksi ruokavalion ja rukousrituaalien noudattamisessa sekä kokevat saman sukupuolisen palveluhenkilökunnan asioissa luontevammaksi. Uskossaan modernimmat taas haluavat tutustua uusiin kulttuureihin niiden tapoja mukaillen. Lähtömarkkinoihin liittyvät kulttuuriset erot näkyvät esimerkiksi palvelu- ja tuotetasovaatimuksissa, ateriatottumuksissa ja eri aktiviteettien kiinnostavuudessa.</p>	
Asiasanat Matkailu, halal, muslimi, tavat, ruoka, islam, islaminusko, Arabian niemimaa, Malesia	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Työn tausta ja tavoitteet.....	2
1.2	Keskeiset käsitteet.....	4
2	Islamin uskonto ja kulttuuri.....	5
2.1	Islaminuskon perusteet.....	7
2.1.1	Islamin synty.....	8
2.1.2	Islaminuskon lähteet ja sharia-laki	9
2.1.3	Islamin oppi	11
2.1.4	Islamilainen käsitys likaisuudesta ja puhtaudesta	15
2.2	Muslimin elämä.....	16
2.3	Naisen asema islamilaisuudessa	18
2.4	Islamilaisuus ja ruoka	20
3	Matkustus islamilaisuuden ja lähtömarkkinoiden viitekehyksessä	23
3.1	Lähtömarkkina-alueena Arabian niemimaa.....	25
3.2	Lähtömarkkina-alueena Malesia	29
4	Kulttuuriset ulottuvuudet kansallisuuksia erottavina tekijöinä	32
5	Produkti: Katse islamiin – vinkkejä matkailuyrityksille Suomessa.....	35
5.1	Toimeksiantaja ja työntausta	35
5.2	Tutkimusongelmat ja tavoite	36
5.3	Suunnitelmakuvaus	36
5.4	Toteutus	37
5.5	Produktin sisältö	40
5.6	Produktin arviointikysely	42
5.7	Yhteenveto	48
6	Pohdinta	50
6.1	Projektin ja produktin luotettavuus	51
6.2	Johtopäätökset ja ehdotukset jatkoa varten	52
6.3	Opinnäytetyöprosessi ja oma oppiminen	52
	Lähteet.....	54
	Liitteet	61
	Liite 1. Opinnäytetyön aikataulusuunnitelma	61
	Liite 2. Kysely oppaan testiryhmälle	62
	Liite 3. Produkti: Katse islamiin – vinkkejä matkailuyrityksille Suomessa.....	64

1 Johdanto

Islamenemmistöisistä maista, erityisesti Lähi-idän alueelta lähtevät muslimimatkustajat ovat yksi nopeimmin kasvavista matkailijaryhmistä maailmassa. Vuosien 1990 ja 2010 välisenä aikana määrä on yli nelinkertaistunut kahdeksasta miljoonasta 36 miljoonaan. Maailman laajuisesti matkustus kasvaa noin 3,4 prosentin vuosivauhtia, mutta Lähi-idän alueella kasvu yltää jopa 9,9 prosenttiin. (UNWTO 2012, 27.) Vaikka luvut ovat vielä varsin vaatimattomia, islamenemmistöisistä maista tulevien matkustajien määrä on nousussa myös Suomessa. Tästä esimerkkinä Yhdistyneiden arabiemiirikuntien kansalaiset, joita saapui vuonna 2013 maahan 1524 ja vuonna 2017 jo 3945 henkilöä. Lukumäärä on näin ollen yli kaksinkertaistunut viidessä vuodessa. (Tilastokeskus 2018a.) Muslimimatkustajien lisääntyvä määrä johtaa tarpeeseen tarkastella kohteissa tarjolla olevia palveluita ja islamilaisuuden asettamien vaatimusten tuntemusta. Tämä siksi, että uskonto on tärkeä osa muslimin jokapäiväistä elämää, ja sen periaatteita halutaan yleisesti ottaen noudattaa myös matkoilla, vaikka tarve vaihtelee henkilöiden vakaumuksellisuuden vahvuuden mukaan. Islamvähemmistöisissä maissa periaatteiden noudattaminen ei kuitenkaan onnistu itsestään selvän yksinkertaisesti. Muslimimatkailijat kokevat kiinnostaviksi kohteet, joissa matkailupalveluyritysten, kuten hotellien, ravintoloiden ja aktiviteettien tarjoajien tiedetään huomioivan islaminuskoisten tarpeita. Kaikista tärkeimmäksi asiaksi koetaan sallituista ruoka-aineista sallituin tavoin valmistetun halal-ruoan saatavuus ja toiseksi tärkeimmäksi matkustajaryhmän tarpeet huomioiva majoitus. (Battour & Ismail 2015, 2–3.)

Vaikka monin paikoin muslimimatkailijamäärän kasvuun on vasta havahduttu, edelläkävijät ovat jo ennättäneet reagoida monin tavoin. Islamvähemmistöisiin kohteisiin on ilmaantunut hotelleja, jotka ovat lisänneet huonevarustukseensa Koraanin, rukousmaton ja merkinnän oikeasta rukoussuunnasta. Osa hotelleista on panostanut lisäksi rukoustilaan sekä naisille ja miehille erillisiin ajanvietto- ja oleskelualueisiin. Joissakin maissa on kehitetty mobiilisovelluksia, joiden avulla muslimimatkailijat löytävät heille soveltuvat palvelut perillä kohteissa. Muutamilla lentokentillä on varmistettu halal-ruoan tarjonta ja ympärivuorokauden auki olevat rukoushuoneet. (Battour & Ismail 2015, 3.) Sveitsin Interlakenissa asiat on viety pitemmälle. Kylässä, jonka vajaasta 6000 tuhannesta asukkaasta (Interlaken Turismus) 80 prosenttia saa tulonsa matkailusta, arabimaista tulevat muslimimatkustajat nähtiin mahdollisuutena vilkastuttaa kesän matalakauden hiljaisinta aikaa. Matkailupalvelut ravintolaruutuista eri aktiviteetteihin muokattiin soveltumaan islaminuskon asettamiin vaatimuksiin. Perustettiin arabimatkustajille suunnattu verkkosivusto ja rohkaistiin paikallisia yrittäjiä opiskelemaan arabiaa. Etsittiin ja löydettiin markkinointiin ja myyntiin oikeat kanavat ja yhteistyökumppanit. Tehdyt toimenpiteet tuottavat nyt hyvää tulosta. Arabimatkailijat

tuovat Sveitsiin jopa 413 miljoonaa Sveitsin frangia vuodessa, noin 381 miljoonaa euroa, ja kyseisestä summasta 25 prosenttia tulee Interlakenin alueelta. (Atmani 2017.)

Pelkkä vierailijoiden saaminen maahan ei riitä, eikä edes se, että he lähtevät pois suhteellisen tyytyväisinä. Palveluiden jatkuva kehittäminen ja asiakkaiden isompien ja pienempien huolien poistaminen on polku menestykseen. Tästä esimerkkinä voidaan tarkastella Kiinasta Suomeen tulevia matkailijoita. Heidän kanssaan on toimittu jo vuosia, ja tarpeet ja tavat ovat tulleet tutuiksi. Kuitenkin vasta nyt Suomessa on oivallettu kiinalaisten haluan tehdä paljon ja laadukkaita ostoksia, mutta ei käyttävän lainkaan länsimaisia maksukortteja. Tähän asti kiinalaiset ovat matkustaneet kotimaansa ulkopuolella tukku rahaa lompakossa. Suomi, joka useimmiten on ensimmäinen kohde Euroopassa, on menettänyt ostotuloja, koska matkakassaa on pitänyt säästellä loppumatkaa varten. Asian tiedostaminen on herättänyt monet yritykset ottamaan käyttöön kiinalaisia maksujärjestelmiä. Vaikka maksuväline ei huolena ole kokoluokaltaan kovin iso, se voi kuitenkin yksittäisen yritykseen kannalta olla vaikuttava. Asiakkaan tarpeiden ja syyseuraus yhteyksien ymmärtäminen ja hienovarainen huomioiminen toiminnassa luo perustan onnistumiselle kunkin asiakasryhmän kanssa. On mahdollista palvella paremmin ja saada aikaan tyytyväisempiä asiakkaita. Tämä taas luo edellytykset yrityksen kannattavuuden paranemiselle. Kaikki osapuolet voittavat.

1.1 Työn tausta ja tavoitteet

Työn toimeksiantaja Visit Finland on osa valtion omistamaa Business Finland Oy:tä, jonka tavoitteena on luoda kasvua Suomeen auttamalla suomalaisia yrityksiä kansainvälistymisessä. Business Finland syntyi tammikuun 2018 alussa kun kansainvälistymis-, investointi- ja matkailunedistämispalveluita tarjonnut Finpro Oy yhdistyi innovaatorahoituskeskus Tekesin kanssa. (Business Finland 2018a.) Business Finlandin tehtävät jakautuvat neljään yksikköön, jotka ovat nähtävissä taulukossa 1.

Taulukko 1. Toimeksiantaja Visit Finland on yksi Business Finland Oy:n yksiköistä (Visit Finland 2018a; Business Finland 2018b)

Business Finland Oy			
<i>Kansainvälistymispalvelut</i>	<i>Investointipalvelut</i>	<i>Innovaatorahoitus</i>	<i>Visit Finland</i>
Tukee suomalaisia yrityksiä kansainvälistymisessä	Hankkii Suomeen ulkomaisia sijoittajayrityksiä	Rahoittaa tutkimusta, tuotekehitystä ja liiketoiminnan kehittämistä	Edistää ulkomailta Suomeen suuntautuvaa matkailua

Yksiköt tekevät kukin päävastuunsa mukaista työtä, mutta hyödyntävät toistensa tietoutta ja verkostoja. Visit Finland on vastuussa ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun

edistämisestä ja toiminnan ytimessä on nostaa Suomen kiinnostavuutta matkailukohteenä. Käytännössä tämä tapahtuu tekemällä markkinointia halutuilla kohdemarkkinoilla matkailualan yritysten, alueellisten markkinointiorganisaatioiden, muiden vienninedistäjien ja lähetystöjen kanssa yhteistyössä sekä tukemalla kotimaisia matkailuyrityksiä kansainvälistymisessä esimerkiksi koulutuksin. Kohdemaissa järjestetyt myyntitapahtumat luovat suomalaisille myyjäyrityksille mahdollisuudet tavata ostajia mittakaavassa, joka olisi muutoin mahdollista vain harvoille yksinään, ilman verkostoa toimiville yrityksille. Onnistuminen toimissa vaatii kunkin markkinan syvempää ymmärtämistä. Tätä varten Visit Finland hankkii ja analysoi markkinatietoa koko elinkeinon käyttöön. Kansainvälisillä markkinoilla laadukas ja asiakaskunnan toiveiden ja tarpeiden mukainen tarjonta ovat tärkeässä osassa. Tätä Visit Finland varmistaa kehittämällä ja johtamalla valtakunnalliseen matkailustrategiaan pohjautuvia teemahankkeita, joiden puitteissa tuetaan matkailuyrityksiä muun muassa edistämällä tuotekehitystä ja tuotteistamista. (Visit Finland 2018b.)

Suomen matkailumarkkinan kehittyminen on riippuvainen myytävien tuotteiden laadun ja tehtävien markkinointiponnistusten lisäksi hyvästä saavutettavuudesta ja asiakkaiden tarpeiden tuntemisesta. Joskus nopeasti kasvavaa kiinnostusta nousee markkinoilta, joilta tulevien matkustajien tarpeet eivät ole ennestään kovin tuttuja suomalaiselle matkailuelinkeinolle. Tästä tuoreimpina esimerkkeinä ovat islamenemmistöiset Arabian niemimaa ja Kaakkois-Aasian Malesia. Markkinoilta nousevaa lupaavaa kasvua halutaan tukea, joten tämän opinnäytetyön produkti osuudessa tuotetaan Visit Finlandin tilauksesta matkailuelinkeinon tueksi islamilaisuutta ja muslimimatkailijoiden tarpeita avaava opaskirjanen.

Opinnäytetyön pääongelmana selvitetään, mitkä ovat islaminuskon periaatteita noudattavien matkailijoiden uskontoon perustuvat tarpeet ja toiveet muslimivähemmistöisessä matkakohteessa. Alaongelmina selvitetään, millaisia odotuksia ja toiveita muslimimatkustajilla on matkailupalveluita ja palvelutilanteita ajatellen. Alaongelmina tarkastellaan myös, miten lähtömaan kulttuuri ja tavat vaikuttavat toiveisiin, tarpeisiin ja odotuksiin. Kulttuurisidonnaisuuden näkökulmasta tärkeämpänä alueena käsitellään Arabianniemimaata, jonka matkustuspotentiaalista ja -trendeistä toimeksiantaja on teettänyt raportin sisäiseen käyttöön. Työn perustan muodostaa tietoteoksista, tutkimuksista, tieteellisistä artikkeleista ja verkkoaineistoista saatava tietopohja. Tietopohjasta johdetaan produktina tiivistetty ohjeistus suomalaisille matkailualan toimijoille otsikolla ”Katse islamiin – vinkkejä matkailuyrityksille Suomessa”. Tavoitteena on, että oppaan lukija saa valmiudet toimia muslimimatkailijoiden kanssa eli hänelle muodostuu perustason ymmärrys islamilaisuudesta, halal-ruokavalion kulmakivistä sekä odotuksista jokapäiväisen kanssakäymisen ja palvelutilanteiden osalta.

1.2 Keskeiset käsitteet

Käsiteltäessä islaminuskon periaatteita ja kulttuuria on tarpeen ymmärtää aiheeseen liittyvää peruskäsitteistöä. Islam on monoteistinen eli yksijumalainen uskonto, jossa Jumalasta käytetään arabiankielistä nimeä Allah (CrescentRating 2015; Hämeen-Anttila 2004, 15). Uskonnon pyhäkirja ja tärkein uskonnollisen auktoriteetin lähde Koraani, al-Qur'an, on islaminuskoisille muslimiaille Jumalan sanaa, joka on välittynyt profeetta Muhammadin saamien arabiankielisten ilmestysten kautta (Hallenberg & Perho 2010, 34). Profeetta Muhammad esiintyy kirjallisissa lähteissä vaihtelevasti joko nimellä Muhammad tai Muhammed. Tässä työssä profeetasta käytetään lähteessä esiintyvistä nimestä riippumatta selkeyden ja yhtenäisyyden vuoksi nimeä Muhammad. Tämä on arabiankielen ja islamin tutkimuksen professori Hämeen-Anttilan mukaan profeetan nimen virallinen, oikea muoto (Hämeen-Anttila 2004, 10). Toiseksi tärkein uskonnollisen auktoriteetin lähde on profeetan esikuvallinen elämä, sunna, ja siitä kertovat hadhit-kertomukset, joista löytyvät vastaukset niin muslimin arkipäivän pulmiin kuin teologisiin kysymyksiin (Hallenberg 2016, 67; Hämeen-Anttila 2017, 230–231). Koraani, sunna ja hadhit-kertomukset yhdessä muodostavat perustan Islamin maissa noudatettavalle pyhälle sharia-laille (Hallenberg & Perho 2010, 34–35). Sharia-lain piiriin kuuluu niin siviili- ja rikosoikeudellisia kuin yleistä moraalialueita koskevia yksityiselämään kuuluvia asioita (Hämeen-Anttila 2017, 249–250).

Käsitteet halal, sallittu, ja haram, kielletty, kuuluvat keskeisesti islamilaisuuteen ja sen etiikkaan, jossa luokitellaan muslimille sallitut ja kielletyt eli syntiset teot sekä ohjataan uskovaa jokapäiväisissä elämän valinnoissa (Hallenberg & Perho 2010, 48–49). Erityisen vahvasti ne liitetään ruokavalioon, jossa painotetaan sallittuja asioita, mutta myös selkeästi ilmaistaan kielletyt asiat eli alkoholin, sianlihan ja epäislamilaistain teurastetun lihan nauttiminen (Hämeen-Anttila 2017, 250). Matkailun viitekehyksessä käsite halal kertoo muslimille, että matkan osat toteutetaan islaminuskon periaatteita noudattaen (Battour & Ismail 2015, 2; Battour 2016). Islamvähemmistöisissä maissa tätä on kuitenkin vaikea, jopa mahdoton toteuttaa, koska muslimille kiellettyjä ja sopimattomia asioita ei voida täysin poistaa tai piilottaa. Islaminuskon asettamien tarpeiden huomioimisesta voi näin ollen kertoa mieluummin käyttämällä ilmaisua ”muslim- tai halal-friendly” eli ”muslimi tai halal ystävällinen” tai ”islamilaisuus huomioon otettu”. Mallia voi myös ottaa muslimiaille suunnatulta matkustuksen tripfez-verkkosivustolta. Islaminuskoisten tarpeiden huomioimisesta kerrotaan siellä käyttäen englanninkielistä ilmaisua ”muslim amenities” eli ”muslimiaille suunnatut palvelut”. (Tripfez.)

2 Islamin uskonto ja kulttuuri

Islamenemmistöisiä eli islamin maita on maailmassa yli 40 ja niissä yhteensä noin 1,7 miljardia muslimia. Kuten kuvassa 1 nähdään, islamilainen maailma levittäytyy maantieteellisesti laajalle alueelle; Luoteis-Afrikasta Atlantin rannikolta aina Kaakkois-Aasian Indonesian itäisimpiin osiin saakka. Täten on selvää, että uskonnon harjoittaminen, maiden kulttuurit ja kielet eroavat toisistaan. (Palva & Perho 2016, 9; Hämeen-Anttila 2017, 168; Hämeen-Anttila 2004, 173–174.)



Kuva 1. Islamin maailma levittäytyy maantieteellisesti laajalle alueelle (Hallenberg & Perho 2010, 22–23)

Muslimeja asuu yhä enemmän uskonnonvähemmistönä ympäri maailmaa esimerkiksi Euroopassa, mikä tuo lisää eroavaisuuksia ja vivahteita islamilaiseen kulttuuriin (Hämeen-Anttila 2004, 174). Yhteistä maailman muslimeille ovat kuitenkin uskonnon peruspilarit sekä tietyt kulttuuriset piirteet, jotka eivät suoranaisesti liity uskontoon vaan historiaan, jonka taustavaikuttajana islaminusko vahvasti on (Palva & Perho 2016, 9). Kulttuurieroavaisuuksien lisäksi erottavia tekijöitä löytyy uskonopillisista näkemyksistä. Opillisesti islam jakautuu kahteen pääsuuntaukseen, joista sunnalaisuutta tunnustaa noin 80 prosenttia maailman muslimeista ja loput 20 prosenttia shiialaisuuden eri muotoja (Hämeen-Anttila

2017, 15; Perho 2016a, 123). Pääasiallinen ero näiden suuntausten välillä on näkemyksessä uskonnollisesta auktoriteetista; sunnalaisuudessa auktoriteetti on pääosin kirjallisissa lähteissä ja shiialaisuudessa uskonnollisella johtajalla, imaamilla (Hämeen-Anttila 2017, 15; Öhrnberg 2016, 97–98). Oppisuuntien irtautuminen toisistaan lähti liikkeelle profeetta Muhammadin kuolemasta ja sitä seuranneesta näkemyserosta auktoriteetin siirtymisessä eteenpäin. Sunnalaisuudessa auktoriteetti siirtyi ensin kalifeiksi kutsutuille henkilöjohtajille ja neljännen kalifin jälkeen kirjallisiin lähteisiin. (Hämeen-Anttila 2004, 26; Hämeen-Anttila 2017, 226–227; Perho 2016a, 123.) Shiialaisuudessa auktoriteetti taas siirtyi uskonoppineelle imaamille, joista ensimmäinen oli Muhammadin serkku ja vävy Ali (Hämeen-Anttila 2004, 105).

Sunnalaisuuden arabiankielinen nimi, ahl al-sunna, tarkoittaa ”profeetan tapaa, sunnaa, seuraavia” (Perho 2016a, 123). Sunnalaisuus ei kuitenkaan ole yksi yhtenäinen oppisuunta vaan se jakautuu edelleen neljään lakikoulukuntaan, jotka tulkitsevat uskonlähteitä hieman toisistaan poiketen. Kukin muslimi noudattaa oman koulukuntansa tulkintoja uskonnollisissa rituaaleissa sekä perheoikeudellisissa kysymyksissä silloin, kun maan lainsäädäntö ei tätä mahdollisuutta poista. (Perho 2016a, 123.) Sunnalaisuudessa uskonoppineilla ei ole määriteltyä arvojärjestystä vaan kaikki ovat tasavertaisia, ja jokaisen oppineen antama tulkinta uskonkysymyksiin nähdään oikeana (Hämeen-Anttila 2017, 226–227; Perho 2016a, 123).

Shiialaisuuden arabiankielinen nimi, shi’at Ali, taas tarkoittaa ”Alin puoluetta” (Perho 2016a, 123). Ali ibn Abi Talibi, johon tässä viitataan, on profeetta Muhammadin serkku ja vävy, jota shiialaiset pitävät ensimmäisenä Muhammadin jälkeisenä uskonnollisena johtajana, imaamina. Alin jälkeen auktoriteetti siirtyi Alin vanhimmalle pojalle Hasanille, häneltä nuoremmalle pojalle Husainille ja siitä eteenpäin hänen jälkeläisilleen. Vaikka kukin imaami nimitti seuraajansa, kaikki uskonnollisessa yhteisössä eivät hyväksyneet nimityksiä. Näiden näkemyserojen takia shiialaisuus jakautui edelleen useisiin pienempiin ryhmittymiin, joista isoimmat ovat zaidilaisuus, ismaililaisuus ja 12 imaamin shiialaisuus. (Hämeen-Anttila 2004, 105; Perho 2016a, 123.) Vaikka shiialaisuudessa ei ole virallista, kristillisen kirkon hierarkiaa vastaavaa järjestelmää, jokaisella oppineella on kuitenkin paikansa epävirallisen hierarkian eri tasoilla. Asema määräytyy sen mukaan, kuinka suurta arvostusta kukin yhteisössään nauttii. (Hämeen-Anttila 2004, 106–108.) Shiialaisuutta esiintyy eniten Iranissa, Irakissa, Syyriassa, Jemenissä, Azerbaidžanissa sekä väkilukuun suhteutettuna Libanonissa ja Bahrainissa (Hämeen-Anttila 2017, 15). Jatkossa tässä työssä käsitellään islamilaisuutta pääosin valtavirtaa edustavan sunnalaisuuden näkökulmasta. Shiialaisuuden eroavaisuudet tuodaan esiin niissä kohdissa, missä se nähdään tarpeelliseksi.

Kulttuuristen ja opillisten tekijöiden lisäksi muslimeita erottavat toisistaan vakaumuksellisuuden laatu sekä suhtautuminen uskontoon. Vaikka Islamilaisessa maailmassa uskonto on yleisesti vahva osa jokapäiväistä elämää, kaikki muslimit eivät ole vakaumukseltaan syvällisen uskonnollisia. Joukkoon mahtuu myös maallistuneita. (Hämeen-Anttila 2004, 174; Hämeen-Anttila 2017, 13–15.) Maallistuneiden elämässä uskonto on esillä lähinnä elämän taitekohdissa kuten syntymässä, häissä ja hautajaisissa tai islamilaisina juhla-ajoina. Vakaumuksellisilla muslimeilla uskonto on isommassa, joskin edelleen vaihtelevassa osassa päivittäisessä elämässä. (Hämeen-Anttila 2017, 18–19.)

Vakaumukselliset voidaan ryhmitellä uskoon suhtautumisensa mukaan modernisteihin, traditionalisteihin ja fundamentalisteihin. Suuntauksista nykypäivänä harvemmin tavattava modernismi oli vahvimmillaan 1900-luvun alussa. Sen kannattajilla oli halu yhdistää uskonnollisuus sen ajan maailman moderneihin ilmiöihin. Heidän tarkoituksenaan oli saada islam sanoutumaan irti vanhasta uskonnon tulkinnasta ja löytämään tilalle edelleen oikea, mutta uudenaikaisempi Jumalan tahdon tulkinta. (Hämeen-Anttila 2017, 18–20; Perho 2016b, 267.) Yleisintä suhtautumistapaa islamiin edustavat traditionalistit, joista monet ovat maalaisia tai kaupungeissa asuvaa köyhempää väestöä. Heidän uskonnolliset esikuvansa löytyvät lähimenneisyydestä, isovanhempien ajasta. Uskontoa tulkitaan perinteisesti ja harjoitetaan samaan tapaan kuin aikaisemmat lähisukupolvet ovat sitä harjoittaneet. Uskonto kulkee nykyaikaistuneen elämän rinnalla ja maailmassa tapahtuvaa muutosta, modernisoitumista, halutaan hidastaa. (Hämeen-Anttila 2017, 21.) Kolmannen ryhmittymän, fundamentalistien, mielestä modernin maailman ja islaminuskon mahdollisessa konfliktissa ei ole ongelmaa. He kieltävät modernin ajattelun ja ajavat paluuta islamilaisuuden alkuaikojen puhtasoppisuuteen. Puhtasoppisuuden harjoittamisen halutaan kuitenkin tapahtuvan nykyaikaisessa, toimivassa yhteiskunnassa, ei 600-luvun toimintaympäristössä. Fundamentalisteille lähisukupolvien traditionaalinen uskonnollisuus on turmeltunut. Koraani ylimpänä auktoriteettina ja profeetta Muhammadin perimätieto, hadhit-kertomukset, antavat vastaukset kaikkiin nykypäivän ongelmiin. Näitä uskonlähteitä tosin luetaan ja tulkitaan valikoiden ja itselle sopivasti. Vaikka islamilaisella fundamentalismilla on huono kaiku länsimaissa, useimmille kannattajilleen se on vain periaatteellinen asenne, ei kimmoke aktiivisen toimintaan. Aktivisteiksi ryhtyviä on pieni joukko. Vielä sitäkin pienempi on joukko, joka terroritekojen keinoin yrittävää pakottaa yhteiskuntaa ja maailmaa muuttumaan. (Hämeen-Anttila 2017, 21–23, 231.)

2.1 Islaminuskon perusteet

Islam on syntynyt alun perin arabien uskontona ja siitä johtuen uskonto, kansallisuus, kieli ja elämäntapa ovat ensi vaiheissa liittyneet toisiinsa kiinteästi (Hämeen-Anttila 2004, 50–

53). Uskonnon nimi samoin kuin sitä harjoittavasta henkilöstä käytettävä nimitys tulevat arabiankielestä; islam tarkoittaa alistumista ja muslimi alistuvaa. Alistuminen tässä asiayhteydessä merkitsee alistumista Jumalan tahdolle kunkin yksilön aktiivisena, omana valintana. (Hämeen-Anttila 2004, 157–158.) Yhteys uskonnon, kansallisuuden ja kielen välillä eriytyi vähitellen islamilaisen valtion levitessä valloittajien mukana Arabianniemimaan ulkopuolelle. Ne valloitetuista kansoista, jotka omaksuivat islaminuskon eivät välttämättä vaihtaneet kieltänsä ja oman uskontonsa säilyttäneet taas saattoivat vaihtaa kielensä arabiaan. Vaikka maailman muslimieistä vain noin 20 prosenttia tänä päivänä puhuu arabiaa, Koraanin aitona, alkuperäisenä kielenä se yhdistää koko islamin maailmaa. (Hämeen-Anttila 2004, 50–53.)

Islamilaisuuden mukaan Jumala on valinnut islamin kaikkien maailman ihmisten uskonoksi. Maallisesta näkökulmasta muut yksijumalaiset uskonnot, lähinnä juutalaisuus ja kristinusko, ovat sallittuja. Niillä on aina ollut turvattu, vaikkakin rajoitettu asema islamilaisessa yhteiskunnassa. Uskonnollisesta näkökulmasta islam mielletään asemaltaan muita uskontoja paremmaksi ja ylemmälle tasolle. (Hallenberg 2016, 14; Hämeen-Anttila 2004, 157; Hämeen-Anttila 2004, 54–55.) Oman uskonnon pitäminen ainoana oikeana vaihtoehtona ei ole tosin yksin islamilaisuuteen vaan myös moniin muihin uskontoihin kuuluva ajatusmalli (Hallenberg 2016, 14).

2.1.1 Islamin synty

Länsimaisen ajanlaskun viiden ensimmäisen vuosisadan ajan uskonnot kilpailivat kannattajista Lähi-idässä (Öhrnberg 2016, 86). Kristinuskon eri suuntauksien ja juutalaisuuden koettiin osittain vieraiksi sekä Bysantin ja Persian valtapolitiikan välineiksi, joten niiden kannatus jäi vaatimattomalle tasolle (Öhrnberg 2016, 89). Ennen monoteistisen islamin syntyä arabien pääuskonto oli monijumalainen, mutta esimuslimeiksi kutsutut hanifit olivat jo tuolloin omaksuneet muiden uskontojen ulkopuolelle jäävän yksijumalaisuuden (Hallenberg & Perho 2010, 32; Waines 2003, 12–13). Mekan kaupunki, joka on tänä päivänä vuosittaisen pyhiinvaellusten kohde, oli sitä jo myös tuohon aikaan. Itse tapahtuman luonne on tosin jalostunut silloisesta useiden jumalien palvonnasta tämän päivän Muhammadin ja häntä aiempien profeettojen välittämien jumalallisten ilmestysten kunnioittamiseksi. (Hallenberg & Perho 2010, 32, 40.)

Vuonna 632 kuollut profeetta Muhammad on Jumalan ilmestysten vastaanottajana islamin keskeinen hahmo (Hämeen-Anttila 2017, 179–180). Profeetan elämää ja islamin synnyn vaiheita kuvataan lähdeaineistoissa hyvin tarkkaan, vaikka kirjallisia aikalaiskuvauksia ei

ole säilynyt jälkipolville. Koraania lukuun ottamatta kaikki muut lähteet ovat myöhemmältä ajalta. Profeetan elämäkertakin on kirjoitettu vasta 800-luvulla, pari sataa vuotta hänen kuolemansa jälkeen. Näihin perustuen tämän päivän islamin tutkimus kyseenalaistaa aineiston historiallisen aitouden. Sinänsä tutkijoiden kyseenalaistuksella ei ole merkitystä, koska islamilainen yhteisö on aikojen kuluessa omaksunut pyhissä lähdeaineistoissa kuvatut tapahtumat ja uskonto ja yhteiskunnallinen elämä on muokkautunut niihin perustuen. (Hämeen-Anttila 2017, 179–180; Hallenberg & Perho 2010, 33–34.)

Profeetta Muhammadin elämässä Mekan kaupunki oli tärkeässä osassa syntymästä profeettana toimimisen alkuvuosiin saakka. Muhammad syntyi pääheimoihin kuuluvaan arvostettuun, mutta köyhtyneeseen sukuun ja jäi orvoksi nuorena. Mies päätyi naimisiin rikkaan kauppiaanlesken kanssa ja toimi kauppiaani hänen palveluksessaan. Muhammadin kerrotaan saaneen ensimmäisen ilmestyksensä noin neljäkymmentä vuotiaana. Tällä ilmestyksellä Jumala, Allah, valitsi hänet sanansaattajakseen, profeetaksi. (Hämeen-Anttila 2017, 180; Waines 2003, 11–12.) Alussa profeetta Muhammadin julistukset keskittyivät yksijumalaisuuden korostamiseen ja johtamaan kansaa pois monijumalaisuudesta. Seuraavassa vaiheessa julistuksiin tulivat mukaan moraalinen ja sosiaalinen vastuu sekä tekojen vaikutus elämään tuonpuoleisessa. Alkuaikojen julistuksien yksijumalaisuus ja ilmoituskäsitys ovat merkittävästi samankaltaisia kristinuskon ja juutalaisuuden kanssa. Useita Raamatun henkilöitä kuten Abraham ja Jeesus esiintyy myös Koraanissa, mutta islamilaisuuden profeettoina. (Hämeen-Anttila 2017, 181.)

Paikalliset heimot kutsuivat profeetta Muhammadin Medinaan rauhoittamaan kaupungin sotaisaa tilannetta länsimaalaisen ajanlaskun vuonna 622. Islamilainen ajanlasku alkaa tästä muslimille esikuvana toimivasta, hijra-nimen saaneesta tapahtumasta. Profeetan katsotaan tuolloin muuttaneen uuteen yhteisöön voidakseen elää uskonnon asettamien vaatimusten mukaan ja noudattaa islamilaisia tapoja mahdollisimman puhtaasti. (Hämeen-Anttila 2017, 182; Waines 2003, 18.) Ajan kuluessa profeetta Muhammad nousi Medinassa kaupungin hallitsijaksi tosin ei niinkään inhimillisenä henkilönä vaan Jumalan edustajana. Tämä uusi kausi näkyi profeetan saamien ilmoitusten sisällön muuttumisena. Julistukset koskivat yhä enemmän yhteiskuntaa ja uskovien yksityiselämää käsitteleviä lakeja ja säädöksiä, ja ovat osa kokonaisuutta, johon islamin pyhä laki, sharia, tänä päivänä perustuu. (Hämeen-Anttila 2017, 182.)

2.1.2 Islaminuskon lähteet ja sharia-laki

Islamilaisuus poikkeaa kristinuskosta siinä, että kirkolliskokouksia vastaavia elimiä ei ole ja uskonnollinen auktoriteetti on pääasiassa kirjallisissa lähteissä. Profeetta Muhammad

oli eläessään auktoriteetti, joka ratkaisi yhteisön ongelmalliset kysymykset välittämällä niihin vastaukseksi Jumalan tahdon. Profeetan kuoltua vastakkain olivat elävää auktoriteettia edustavat Muhammadin valtiolliset seuraajat kalifit, ja kirjallisia ja suullisia lähteitä hallitseva ja tulkitseva uskonnollinen oppineisto. Tilanne päättyi lopulta siihen, että elävän auktoriteetin sijaan islamilaisuuden pyhät lähteet Koraani, sunna ja hadithit-kertomukset muodostavat kirjallisen auktoriteetin. Näiden lisäksi uskonlähteenä nähdään yhteisön yksimielisyys sekä analogiapäätelmätekniikan avulla muista lähteistä edelleen johdettu tieto. (Hämeen-Anttila 2004, 26; Hämeen-Anttila 2017, 226–227.) Tieteen termipankin (2016) mukaan, analogiapäätelmä tarkoittaa ”samankaltaisuuden perusteella tapahtuvaa johtopäätöstä”. Oikean opin määrittelee siis virkakoneiston sijaan kukin oppinut kirjallisiinlähteisiin tukeutuen ja periaatteessa kaikki tulkinnat ovat oikeita. Tosiasiassa enemmän painoarvoa on kuitenkin oppineilla, jotka nauttivat suurempaa arvostusta yhteisössä. Sunnalaisuudesta poiketen shiialaisuudessa vain ylemmät uskonoppineet, ajatollat, saavat tehdä tulkintoja. Kansa ja alemmat uskonoppineet taas valitsevat kenen ajatollan tulkintoja kulloinkin noudattavat. (Hämeen-Anttila 2004, 106–108; Hämeen-Anttila 2017, 226–227.)

Islamin pyhäkirja Koraani, al-Qur’an, on ylin uskonnollisen auktoriteetin lähde ja siksi keskeinen osa muslimin päivittäistä uskonnon harjoitusta. Koraani on kokonaisuudessaan Jumalan sanaa ja jakautuu 30 osaan. Nämä osat profeetta Muhammad on ottanut vastaan arabiankielisinä ilmestyksinä Ramadanin aikana; yhden osan kunakin paastokuukauden yönä. Vaikka vain viides osa maailman muslimeista puhuu arabiaa, sitä pidetään Koraanin ainoana oikeana kielenä. Muun kielisten käännösten katsotaan olevan ilman auktoriteettia olevia selitysteoksia tai tulkintoja. Tästä huolimatta muslimit lukevat Koraania ymmärtämällä kielellään, mutta rukoiltaessa tekstit lausutaan arabiaksi. (Hallenberg 2016, 64; Hallenberg & Perho 2010, 34; Hämeen-Anttila 2017, 227, 229.) Koraani jakautuu 30 osansa lisäksi 114 lukuun, suuraan, joiden kunkin pituus vaihtelee kolmen ja 286 jakeen välillä (Hallenberg 2016, 64; Hämeen-Anttila 2017, 228; Waines 2003, 23). Suurat ovat Koraanissa pääpiirteittäin pituusjärjestyksessä pisimmästä lyhimpään (Hämeen-Anttila 2017, 228; Waines 2003, 23). Aikajärjestys niissä on käänteinen, koska pitemmät suurat ovat profeetta Muhammadin myöhemmältä ajalta Medinasta ja lyhyemmät alkuajoilta Mekasta. (Hämeen-Anttila 2017, 228.)

Toiseksi tärkein uskonnollisen auktoriteetin lähde on profeetta Muhammadin esikuvallinen elämäntapa, sunna, joka on välittynyt eteenpäin perimätiedollisina kertomuksina, haditheina. Profeetan katsotaan kaikkien maailman muslimien esikuvana olleen suojattu synneiltä ja menetelleen aina oikein. Profeetta Muhammadin kuoleman jälkeen islamin yhteisö haki vastauksia erilaisiin kysymyksiin ja elämän tilanteisiin muistelemalla, mitä profeetta oli vastaavissa tilanteissa sanonut ja tehnyt. Näistä muistelmista syntyneet hadithit-

kertomukset käsittelevät tarkasti osin hyvin arkisia asioita kuten ruoka-aineita ja ruokailutapoja ja osin taas teologisia opinkappaleita. Kertomukset välittyivät eteenpäin ensin suullisena perimätietona ja myöhemmin tekstikatkelmina. Tekstikatkelmista koottiin laajoja hadhit-kokoelmia, jotka yhdessä Koraanin kanssa muodostavat sopusoinnussa olevan ja auktoritatiivisen kokonaisuuden. (Hallenberg 2016, 67; Hämeen-Anttila 2017, 230–231.)

Koraani, sunna ja hadith-kertomukset ovat islamin maissa noudatettavan pyhän sharia-lain peruste (Hallenberg & Perho 2010, 35; Waines 2003, 23). Jumala nähdään lain säätäjänä ja sharia-laki ikuisesti muuttumattomana. Ihmisen tekemät tulkinnat laista voivat muuttua ja kehittyä aikojen kuluessa vaikkakaan vanhemmat tulkinnat eivät koskaan lakkaa olemasta. Lainopillisen koulutuksen saaneet oppineet, muftit, voivat päätyä asioista hyvin erilaisiin tulkintoihin, myös yksi ja sama oppinut eri aikoina. Sama on toki arkipäivää länsimaaisessa oikeuskäytännössä. Voimassa olevaan lakiin perustuen voidaan tehdä erilaisia tulkintoja ja päätöksiä eri oikeusasteissa. (Hämeen-Anttila 2017, 247–249.) Käytännön elämässä uskova esittää muftille sharia-lain piiriin kuuluvan itseään vaivaavan kysymyksen, johon oppinut vastaa antamalla ratkaisuksi lainopillisen mielipiteensä, fatwan (Perho 2016c, 165; Hämeen-Anttila 2017, 248; Waines 2003, 86). Fatwat käsittelevät näin ollen useimmiten arkiseen elämään liittyviä kysymyksiä eivätkä liity millään tapaa kuolemantuomioon kuten länsimaissa joskus virheellisesti luullaan. Fatwat eivät koskaan kumoja toisiaan. Mikäli samaan kysymykseen saa toisenlaisen fatwan joko eri oppineelta samaan aikaan tai samalta oppineelta eri aikana, uskova itse päättää, mitä ratkaisua noudattaa. Länsimaisille tämä on tullut näkyväksi radikaali fundamentalistien kohdalla. Valta-virtaa edustavien tulkintojen sijaan he noudattavat omien oppineidensa radikaalitulkintoja. (Hämeen-Anttila 2017, 248–249.) Länsimaaisesta lakikäytännöstä poiketen, sharia-lain piiriin kuuluu siviili- ja rikosoikeuden lisäksi paljon yleistä moraalia kuten ruokasäännöksiä ja pukeutumista koskevia yksityisasioita. Islamin laki ei ole ristiriidassa länsimaaisen lakikäsit-tyksen kanssa, sillä toimeenpanovalta päätöksissä kuuluu tuomarin sijaan asianomistajalle. Mikäli yhteisö tai maallinen valta ei huolehdi tuomion toimeenpanemisesta, kuten usein tapahtuu, jää uskonnollisen tuomarin päätös vain hänen henkilökohtaiseksi mielipiteekseen. (Hämeen-Anttila 2017, 249–250; Waines 2003, 86–87.)

2.1.3 Islamin oppi

Islamin oppi rakentuu viiden peruspilarin varaan. Ne ovat perususkonkappaleet määrittävä uskontunnustus sekä muslimien elämää säätelevät neljä uskonnollista päävelvollisuutta; muslimi rukoilee viidesti päivässä, paastoa yhden kuukauden vuodessa, maksaa almuve-roa kerran vuodessa ja tekee yhden pyhiinvaelluksen elämänsä aikana. Nämä ovat nähtä-vissä taulukossa 2. (Hallenberg 2016, 17; Hämeen-Anttila 2004, 129; Waines 2003, 30.)

Taulukko 2. Muslimin uskonnollisten päävelvollisuuksien suorittaminen (Hämeen-Anttila 2004, 129)

Muslimin uskonnolliset päävelvollisuudet	
rukous	viidesti päivässä
paasto	kuukausi vuodessa
almuvero	kerran vuodessa
pyhiinvaellus	kerran elämässä

Uskonnolliset velvollisuudet koskevat täysi-ikäisiä ja täysivaltaisia henkilöitä, mutta eivät lapsia eikä muutoin holhouksen alla olevia. Uskovan kyky suoriutua velvoitteista otetaan aina huomioon, joten sairas voi jättää paaston väliin ja köyhä pyhiinvaelluksen tekemättä. (Hämeen-Anttila 2017, 236; Waines 2003, 30.) Velvollisuudet jakautuvat yksilön ja yhteisön välillä. Yksilön vastuulla ovat rukoulu ja paasto, ja yhteisön kollektiivisella vastuulla almuveron ja pyhiinvaelluksen velvollisuudet. Jokainen yhteisöön kuuluva yksilö on kuitenkin henkilökohtaisesti vastuussa, mikäli yhteisö jättää sille kuuluvia velvollisuuksia hoitamatta. (Hämeen-Anttila 2017, 236.)

Islamin opin ensimmäinen peruspilari, uskontunnustus, on kaksi osainen. Ensimmäinen osa, ”lā ilāha illā llāh”, ”Ei ole muuta jumalaa kuin Jumala”, määrittää islamin yksijumalaisuuden ja muslimin uskon tähän yhteen Jumalaan. Toinen osa, ”wa-Muḥammadun rasūlu llāh”, ”ja Muhammad on Hänen lähettiläänsä”, taas määrittää islamin synnyn ajankohdan ja profeetta Muhammadin roolin Jumalan lähettiläänä ja uskonnollisen auktoriteetin välittäjänä. Tämä välittäjänä toimiminen koskee niin Koraania kuin profeetan esikuvallista elämäntapaa, sunnaa, johon hadhit-kertomukset pohjautuvat. (Hallenberg 2016, 48; Hämeen-Anttila 2004, 110; Hämeen-Anttila 2017, 230–231.)

Peruspilareista muslimin elämässä toistuu säännöllisimmin viisi kertaa päivässä tapahtuva rukous, salat, joka on verrattavissa kristinuskon jumalanpalvelukseen. Kunkin rukouksen aikana luetaan tietyt Koraanin jakeet arabiaksi sekä tehdään etukäteen määritelty liikesarja, jonka aikana seisotaan, kumarretaan, heittäydytään maahan ja istutaan. Rukoillessa ollaan aina kääntyneenä kohti Mekassa sijaitsevaa Kaaban temppeliä. Rukoushetket tapahtuvat aamulla aamunkajon ja auringonnousun välillä, keskipäivällä auringon ollessa lakipisteessä, iltapäivällä ennen auringonlaskua, illalla auringonlaskun jälkeen ja alkuyönrukous illan pimennyttyä ennen puolta yötä. Islamin maissa rukouskutsut edelleen huudetaan tai soitetaan nauhalta moskeijan korkeasta tornista, minareetista. (Hallenberg 2016, 27–28, 48; Hämeen-Anttila 2004, 120–122.) Uskova voi rukoilla missä tahansa rituaali-

puhtaassa paikassa, mutta moskeijassa käyminen nähdään tärkeänä miesten osalta. Naiset rukoilevat useimmiten kotona varsinkin silloin kun perheessä on lapsia. Perjantain keskipäivän rukous on saarinoineen viikon tärkein rukoushetki. (Hallenberg 2016, 28; Hämeen-Anttila 2004, 121.) Se on myös sosiaalinen tapahtuma, jonne mennään usein koko perheen voimin (Hallenberg 2016, 28). Naiset rukoilevat omassa osastossaan erillään miehistä. Moskeijassa rukoustilaisuutta johtaa rukousjohtaja, joka voisi periaatteessa olla kuka tahansa täysivaltainen, paikalla oleva muslimimies. Nykyään on tavallista, että johtajana toimii moskeijan palveluksessa tehtävää hoitamaan palkattu imaami. (Hallenberg 2016, 28; Hämeen-Anttila 2004, 121.) Tässä kohtaa on varottava sekoittamasta sunnalaisuuden ja shiialaisuuden imaameja toisiinsa. Sunnalaisuudessa imaami on vain moskeijan rukousten johtaja ilman uskonnollista auktoriteettia, kun taas shiialaisten imaami on korkea-arvoinen uskonoppinut. (Hämeen-Anttila 2004, 121.)

Peruspilareista seuraavaksi näkyvin on paasto. Aikuinen, terve muslimi paastooa kerran vuodessa paastokuukausi ramadanin ajan, joka on islamilaisen kuunkiertoa noudattavan kalenterin yhdeksäs ja sen ajankohta aikaistuu vuosittain 11 päivää (Hallenberg 2016, 30; Hallenberg & Perho 2010, 63; Hämeen-Anttila 2004, 124, 126). Lapsesta tulee islamin lain mukaan aikuinen, kun pojilla on alkanut äänenmurros ja tytöillä kuukautiset, kuitenkin viimeistään 15-vuotiaana (Hallenberg 2016, 30; Hallenberg & Perho 2010, 65). Paastoa noudatetaan päivän valoisana aikana eli aamunkajastuksesta auringon laskuun. Tänä aikana ei syödä, juoda, tupakoida, olla sukupuoliyhteydessä eikä puhuta loukkaavasti tai riidellä. Paaston on tarkoitus harjoittaa niin mieltä kuin kehoa. (Hallenberg 2016, 30–31; Hallenberg & Perho 2010, 63–64.) Profeetta Muhammadin esikuvan mukaan paasto katkaistaan pimeään ajaksi, jolloin syödään myöhäinen illallinen ja aikainen aamiainen (Hämeen-Anttila 2004, 124). Alle 15-vuotiaat lapset voivat halutessaan harjoitella paastoa lyhyempinä tuokioina. Silloin he syövät aamiaisen, lounaan ja illallisen ja paastoavat tunnit niiden välillä. (Hallenberg & Perho 2010, 65.) Kesäkuukausille osuva paasto koettelee kehon kestävyyttä eteläisillä leveysasteilla, kun päivälämpötila voi esimerkiksi Arabianniemi-maalla nousta yli neljääkymmeneen asteeseen. Kuumuus tekee koko päivän kestävästä juomattomuudesta raskasta ja käytännössä hiljentää päivänvalonaikaisen elämän ramadanin ajaksi. (Hämeen-Anttila 2004, 126.) Pohjoisilla leveysasteilla paastokuukauden viettäminen taas on ongelmallista niin keskikesän yöttömän yön kuin talven kaamoksen aikaan. Koraanin ohjeidenmukainen luonnollinen hämärä tai päivänvalo puuttuu. Tällöin muslimi voi noudattaa oman valintansa mukaan joko lähimmän islamin maan, Mekan tai alkuperäisen kansallisuusperimänsä mukaisen alueen auringonnousu ja -laskuaikoja. (Hallenberg & Perho 2010, 64; Hämeen-Anttila 2004, 126.)

Uskonnon neljäs peruspilari, almuvero, tulee osaksi muslimin elämää avioliiton myötä. Yksilön katsotaan silloin eroavan alkuperäisestä perheestään ja perustavan uuden. Samalla hänen edellytetään ottavan osaa yhteiskunnan hyvinvoinnista huolehtimiseen maksamalla almuveroa. (Hallenberg 2016, 39.) Almuveron maksamisen velvollisuus ei koske köyhiä muslimeita. Rikkaiden taas tulee osoittaa kiitollisuutensa hyväosaisuudestaan almuverolla. (Hallenberg 2016, 39; Hämeen-Anttila 2017, 241.) Vaikka useissa maissa viranomaisverotus korvaa nykypäivänä almuveron, uskovalla on edelleen velvollisuus antaa itse määrittelemänsä summa almuja köyhille ja halutessaan harjoittaa myös muuta hyväntekeväisyyttä. Almut käytetään köyhien tai koko yhteiskunnan hyväksi rakentamalla esimerkiksi moskeijoita tai kouluja. (Hämeen-Anttila 2017, 241.) Suuri osa moskeijoista ja kouluista on rakennettu ja myös ylläpidetään yksityisin varoin, koska tällainen toiminta nähdään uskonnollisessa mielessä erittäin ansiokkaana. Samoin monien sairaaloiden ja koulujen ylläpito hoituu varakkaiden muslimien perustamien uskonnollisten säätiöiden kautta. (Hallenberg 2016, 40.) Sunnalaisuudesta poiketen Shiialaisuudessa on edelleen olemassa selkeä ohjeistus almujen maksamisesta. Viidesosa ylijääneestä tulosta käytetään edelleen hyväntekeväisyyteen. Puolet summasta maksetaan kunkin itse valitsemalle uskonoppineelle, ajatollalle. Toinen puolikas annetaan muille tarvitseville, mielellään henkilöille, jotka ovat profeetta Muhammadin sukua. (Hämeen-Anttila 2017, 242.) Suomessa muslimit rahoittavat yhteisiä hankkeita rukousten yhteydessä kerättyjen kolehtien varoilla (Hallenberg 2010, 39).

Islaminuskon viides peruspilari pyhiinvaellus, hajj, on tehtävä yhden kerran elämän aikana pyhiinvaelluskuukautena, joka on islamilaisen vuoden viimeinen kuukausi (Hallenberg 2010, 40; Hämeen-Anttila 2004, 129–130). Mikäli pyhiinvaellusmatkan tekee varsinaisen pyhiinvaelluskuukauden ulkopuolella, puhutaan pienestä pyhiinvaelluksesta, umra (Hallenberg 2010, 40; Hämeen-Anttila 2004, 134). Pyhiinvaelluksen voi halutessaan tehdä useita kertoja, mutta lisäkerrat eivät vaikuta henkilön uskonnolliseen ansioitumiseen. Pyhiinvaelluksen voi uskonnollisia velvollisuuksia rikkomatta jättää väliin, mikäli siihen ei taloudellisten, terveydellisten tai muiden yleisten olosuhteiden takia ole edellytyksiä. Sijaispyhiinvaeltaja voi tehdä pyhiinvaelluksen toisen puolesta. Tällöin uskonnollinen ansio ei kerry vaelluksen suorittajalle vaan henkilölle, jonka puolesta vaellus tehdään. (Hämeen-Anttila 2004, 129.) Pyhiinvaelluksen kohde on Saudi-Arabian Mekassa sijaitseva kuutionmuotoinen Kaaban temppeli, jota peittää musta silkkikangas. Miehet pukeutuvat pyhiinvaellukselle erityiseen pyhiinvaellusvaatteeseen, joka on yleensä valkoinen. Naisille ei ole määritelty yhtä yhtenäistä asua, mutta vaatteiden tulee olla peittävät. (Hämeen-Anttila 2004, 130.) Moni muslimi kokee pyhiinvaelluksen yhtenä elämän hartaimmista ja syvimmistä kokemuksista. Yhdenmukaisissa asuissa tehdyt pyhiinvaellusrituaalit yhdistävät

maailman eri kolkista tulevia muslimeita sosiaalisesti ja vahvistavat kokemusta kuulumisesta käsitteelliseen islamilaiseen umma-yhteisöön. (Hallenberg 2010, 41–42.) Vaikka vuosittaiseen pyhiinvaellukseen osallistuu vain hyvin pieni osa maailman muslimeista, kaikkialla islamilaisessa maailmassa vietetään yhtä aikaa pyhiinvaelluksen kymmenennen päivän uhrijuhlaa. (Hämeen-Anttila 2004, 132.)

2.1.4 Islamilainen käsitys likaisuudesta ja puhtaudesta

Yksi muslimin elämän keskeisimpiä asioita on puhtaus, tahara, joka kattaa henkilökohtaisen hygienian, rituaalisen puhtauden sekä ravinnon (Hallenberg 2016, 21), johon palataan tarkemmin alakappaleessa Islamilaisuus ja ruoka. Islamin ohjeet puhtauteen löytyvät pääpiirteittäin Koraanista ja yksityiskohtaisempi ohjeistus sunnasta ja hadhit-kertomuksista (Hallenberg & Perho 2010, 38). Epäpuhtaus, khaba'ith, käsittää terminä niin pahat ja epäpuhtaat asiat, ruoat ja teot kuin myös pilaantuneen hajun, syntisen käytöksen ja saastaiset ja syötäväksi kelpaamattomat eläimet kuten rotan. Yksi keskeisimpiä puhtauteen liittyviä asioita on veden näkeminen Jumalan lahjana. Sitä tulee olla tarjolla maksutta kaikille. Veden tarjoaminen janoiselle koiralle nähdään uskonnollisesti hyvänä tekona, vaikka koira muutoin islamissa koetaan saastaisena eläimenä lukuun ottamatta metsästys-, opas-, pelastus-, vahti- ja paimenkoiria. Vesi kuuluu olennaisesti myös henkilökohtaiseen hygieniaan, sillä muslimia ohjeistetaan peseytymään kokonaisuudessaan joka seitsemäntenä päivänä. Ennen WC-paperin yleistymistä, muslimit ovat käymäläkäynnin yhteydessä perinteisesti puhdistautuneet vedellä vasenta kättä käyttäen. (Hallenberg 2016, 25.) Nykyaikana WC puhdistautumiseen opastetaan käyttämään paperia ja vettä (New Muslim Guide). Vaikka epäpuhtaus on useimmiten puhdistettavissa, se ei kuitenkaan koske kenkiä ja WC-tiloja, jotka todellisesta fyysisestä puhtaudentilasta riippumatta koetaan rituaalisesti likaisiksi. Tämän takia kengät riisutaan pois jaloista ennen kotiin tai pyhään tilaan kuten moskeijaan sisään astumista ja WC-tiloihin taas mennään kengät jalassa. Kengänpohjien tulee rituaalilikaisuuden takia aina osoittaa maata kohti, ei koskaan toista ihmistä päin. (Hallenberg & Perho 2010, 38.)

Muslimin tulee rukoillessaan olla rituaalisesti puhdas, samoin tilan, jossa rukoulu tapahtuu. Siksi ennen jokaista rukoushetkeä suoritetaan pieni puhdistautumisen, wudu, jossa pestään kädet, jalat ja pää lukuun ottamatta hiuksia. Kokonaan peseytyminen eli iso puhdistautuminen, ghusl, on tarpeen synnytyksen ja yhdynnän jälkeen. Sunnalaisuudesta poiketen shiialaisuudessa jokaisen rukoushetken nähdään vaativan ison puhdistautumisen. Rukouksen tulee tapahtua puhtaassa tilassa, joten esimerkiksi käymälätiloissa ei saa rukoilla ja rukousalustan tulee olla puhdas. (Hallenberg 2016, 25.) Miehen rituaalipuhtauteen liittyy olennaisesti ympärileikkaus, joka suoritetaan joko heti syntymän jälkeen tai 5–13-vuoden

iässä (Hallenberg 2016, 21). Tyttöjen ympärileikkaus ei kuulu yleisesti islamilaisuuteen. Niissä maissa, joissa muslimit ympärileikkaavat tyttöjä, tapa periytyy yleensä islaminuskoa edeltäneistä ajoista ja paikallisista heimokulttuureista. Tällöin myös alueen muun uskoiset noudattavat tapaa. (Hallenberg 2016, 21; Hämeen-Anttila 2017, 253.) Poikkeuksen edelliseen tekee Saudi-Arabiassa noudatettavan hanbalilaisen, klassisen sunnakoulukunnan näkemys. Sen mukaan ympärileikkaus ei ole pakollista muslimityöille, mutta sen nähdään olevan uskonnollisesti kunniakasta ja siksi ympärileikkauksia suoritetaan. (Hallenberg 2016, 21; Perho 2016c, 166.)

2.2 Muslimin elämä

Islamilaisuudessa uskonnolla on tärkeä, mutta rajallinen ja vaihteleva merkitys kunkin muslimin elämässä ja identiteetin muodostajana (Hämeen-Anttila 2017, 268; Hallenberg 2016, 13). Uskonnollisuutensa lisäksi muslimi on aina muutakin; hän on ensisijaisesti ihminen, jonkun lapsi, usein vanhempi, myös ammattinsa edustaja ja poliittiselta kannaltaan oikealla tai vasemmalla (Hämeen-Anttila 2017, 268). Tärkeässä osassa ovat niin ikään islamilainen yhteiskuntajärjestelmä ja sen elämää ohjaava normisto (Hallenberg 2016, 13–14). Toisin kuin länsimaissa usein luullaan, islam ei ole fatalistinen oppi, jossa uskova kulkee sokeana ennalta määriteltä polkua. Islamissa yksilöllä on vapaus tehdä valintoja ja kukin on vastuussa teoistaan. Uskonnollisesti katsottuna, jokainen valinta ja teko vaikuttavat siihen, millaiseksi elämä muodostuu tuonpuoleisessa. Islamin moraalin mukaan kuoleman jälkeen hyvät teot palkitaan ja pahoista teoista rangaistaan. (Hallenberg 2016, 50.) Kristinuskossa uskoville luvataan varma pelastus, mutta islamissa se on epävarmaa. Muslimi joutuu punnitsemaan tekojaan ja niiden seurauksia jatkuvasti. (Hallenberg 2016, 51.)

Kaikki maailman muslimit katsovat kuuluvansa islaminuskovien käsitteelliseen, abstraktiin yhteisöön, ummaan. Tämä yhteisö luo periaatteellisen ja yhteisiä uskonnollisia velvollisuuksia korostavan yhteyden eri maista ja kansallisuuksista tulevien muslimien välille. (Hallenberg 2016, 16; Hämeen-Anttila 2017, 37.) Islamilaisuudessa ei ole olemassa konkreettisia kirkollisia organisaatioita, joten muslimeita ei rekisteröidä kuuluviksi mihinkään tiettyihin seurakuntiin kuten kristillisissä uskontokunnissa tehdään. Islamissa ei ole myöskään kristillistä kastetilaisuutta vastaavaa rituaalia, vaan lapsi liitetään yhteisölliseen ummaan kuiskaamalla heti syntymän jälkeen tämän vasempaan korvaan shahada eli uskontunnustus; ”lā ilāha illā llāh wa-Muḥammadun rasūlu llāh”, suomeksi ”Ei ole muuta jumalaa kuin Jumala ja Muhammad on Hänen lähettiläänsä”. Uskontunnustus lausutaan aina arabiaksi maasta ja kielialueesta riippumatta. Henkilö, joka aikuisena haluaa kääntyä islaminuskoon, lausuu uskontunnustuksen islaminuskoisten todistajien edessä. Hän osoittaa

näin syntyvänsä uudelleen ja tällä kertaa muslimiksi. (Hallenberg 2016, 18; Hämeen-Anttila 2004, 110; Hämeen-Anttila 2017, 237.) Toisin kuin aikuisena muslimiksi kääntynyt, ummaan syntymässään liitetty ei voi julkisesti erota uskostaan seuraamuksitta. Koraanin mukaan seurauksena on joutuminen helvettiin. Joissakin maissa eroamisesta voi lisäksi maallisenä rangaistuksena seurata kuolemantuomio. (Hallenberg 2016, 16.)

Pojat ovat islamilaisuudessa tärkeitä nimen säilyttäjiä ja omaisuuden perijöitä, mutta tyttöjen asema on suhteellisen hyvä, kun tilannetta verrataan joihinkin Aasian maihin kuten Intiaan. Lapselle seitsemän päivän ikäisenä annettava nimi liittää hänet sukuunsa ja menneisiin sukupolviin. Osoituksena sukuunsa kuulumisesta pojat saavat Lähi-idän alueella toisen ja kolmannen nimensä isältään ja isoisältään. Islamin maissa yleisimmät miehennimet ovat profeetta Muhammadin nimen eri versiot ja niistä edelleen johdetut muunnokset. Sunnalaisista poiketen shiialaiset nimeävät lapsensa mieluiten profeetan perheenjäsenten mukaan kuten pojat Hasan tai tytöt Fatima nimillä. Patriarkaalisenä uskontona islam ohjaa lapsen uskonnon ja suvun määräytyvän isän mukaan. Paikoin maiden vanhat kulttuuritraditiot ajavat kuitenkin islamilaisuuden ohi; Indonesian Jaavalla nimet pohjautuvat hindu perinteeseen ja saman maan Minangkabaussa suvut polveutuvat äitien mukaan. (Hallenberg 2016, 19-20.) Vaikka islamilainen yhteiskunta on miehiä arvostava, synnyttämään pystyvät kuitenkin vain naiset, joten tytöt ovat tärkeitä tulevana äiteinä. Tyttöjen asemaa parantaa myös se, että avioliitto ei ole taloudellinen uhraus tytön perheelle. Sulhasen suku maksaa myötäjäiset eikä toisin päin kuten monissa muissa kulttuureissa esimerkiksi Intiassa on tapana. (Hallenberg 2016, 20.)

Islamin laki ei kiellä naimattomuutta, mutta se on erittäin harvinaista ja jokaisen muslimin odotetaan avioituvan soveliaan puolison kanssa (Hallenberg 2016, 31). Uskon vaatimusten mukaan muslimi voi ensisijaisesti avioitua vain muslimin ja toissijaisesti islamiin kääntyneen henkilön kanssa. Miehillä on asiassa enemmän vapautta. Heille sallitaan aviopuoliosoksi myös muuta yksijumalaista uskontoa tunnustava nainen. Naisia rajoittaa lisäksi sääntö, jonka mukaan aviomies ei voi tulla yhteiskunnallisesti alemmasta luokasta. Avioliitot ovat usein järjestettyjä, mutta toisin kuin aikaisemmin, nykyaikana tulevat puoliset yleensä tapaavat toisensa ennen vihkimistä. (Hallenberg 2016, 33–34.) Islamilaisuudessa seksuaalisuuden katsotaan kuuluvan avioliittoon, joten naisen odotetaan avioituessaan olevan neitsyt. Esiaviolliset suhteet nähdään suvun maineen tahraamisena, koska avioliiton mahdollisuus alenee. Avioliiton ulkopuolisen suhteen toinen osapuoli voi pelastaa naisen maineen menemällä tämän kanssa naimisiin. Kunnian säilyttäminen on aina naisen vastuulla, joten nainen voi joutua maksamaan jopa hengelleen suvun maineen tahrimesta myös silloin kun hänet on raiskattu. (Hallenberg 2016, 32–34.) Jokaisen yksilön koetaan olevan vastuussa oman sukunsa kunnian ja yhtä suvun jäsentä koskeva loukkaus

koetaan kohdistuvaksi aina koko sukuun (Hallenberg 2016, 60). Kunniaturhalle ei löydy perustetta islamin laista, vaan se perustuu täysin vanhoihin heimokulttuuri perinteisiin. Henkensä voi menettää myös sukunsa maineen tahrinut mies. (Hämeen-Anttila 2017, 252.)

Perherakenteessa miehellä ja naisella on islamilaisen ihannekuvan mukaan selkeät roolit. Miehen rooli on keskeinen perheestä ulospäin ja naisen äitinä perheen sisällä. Jokapäiväisessä elämässä asiat eivät aina ole näin yksiselitteisiä vaan perheen sisäinen rooliverkosto voi olla monisyisempi. (Hallenberg 2016, 26.) Verkostojen rakentuminen muuttuu edelleen, mikäli saman katon alla asuu useampi sukupolvi kuten joissakin maissa on yleistä (Hallenberg 2016, 32). Ollaanpa missä päin islamin maailmaa tahansa, lapset kasvatetaan islamilaisuuden piirissä yleensä uskonnon sääntöjen ja suositusten pohjalta perinteisiin miehen ja naisen rooleihin. Tytöt kasvatetaan hoivaaviksi, empaattisiksi ja passiivisiksi, ja pojat vahvoiksi johtajiksi ja tunteensa hallitseviksi käskyjen antajiksi. (Hallenberg 2016, 26.) Päävastuu kodista on aina naisella, mutta työssäkäyntiä kodin ulkopuolella ei ole kielletty. Naisen ammatinvalintaan vaikuttavat uskonnon asettamat rajoitukset kuten kontaktin välttäminen vieraisiin mieshenkilöihin ja uskonnollisten ja puolustusvoimien tehtävien kuuluminen miehille. Siksi naisia työskentelee paljon opettajina, toimisto- ja tehdastoissa sekä sairaanhoidollisissa tehtävissä. Miehen ammatinvalintaa uskonnon periaatteet rajoittavat siten, että muslimimies ei voi työskennellä ammatissa, jossa käsitellään sianlihaa tai siasta jalostettuja tuotteita, alkoholia, kerätään korkoa rahalle tai ollaan tekemisissä uhkapelien kanssa. Koronotokieltoa noudatetaan enää tosin lähinnä Persianlahden maissa ja Iranissa, vaikka islamilaisia pankkeja on muissakin maissa kuten Malesiassa. (Hallenberg 2016, 58.)

2.3 Naisen asema islamilaisuudessa

Naisen asema islamin maissa vaihtelee ja tiukimmat julkisuuteen nousseet elämää rajoittavat säännöt eivät useimmiten pohjaa islamin uskoon ja lakiin. Pohjois-Eurooppalaiseen, erittäin korkeaan sukupuolten väliseen tasa-arvoon verrattaessa musliminaisten asema tuntuu usein heikolta. Jos vertailu sen sijaan tehdään Lähi-idän, Aasian ja Afrikan maiden kesken, naisten asema voidaan nähdä varsin kohtuullisena monessa islamin maassa. (Hämeen-Anttila 2017, 252–254.) Aikaisempina vuosikymmeninä naisia ei juuri nähty julkisissa viroissa islamilaisissa yhteiskunnissa. Monin paikoin naisten opiskelua rajoitettiin, vaikka islam nimenomaan velvoittaa jokaisen muslimimiehen ja -naisen etsimään tietoa eli kouluttautumaan, eikä rajaa sitä vain miesten oikeudeksi. Tänä päivänä naisten koulutus koetaan tärkeäksi, sillä heitä tarvitaan niin lääkäreinä hoitamaan kuin opettajina opettamaan muita naisia ja tyttöjä. (Palva 2016, 190–192.) Tämä siksi, että toisilleen vieraat

vastakkaisen sukupuolen edustajat eivät uskonnon sääntöjen mukaan voi olla vapaasti tekemisissä keskenään (Hallenberg 2016, 60). Hyvänä esimerkkinä naisten asemasta voidaan nostaa esiin vahvasti islamin periaattein johdettu Iran, jossa naisten koulutustaso on korkea ja työskentely korkea-arvoisissa hallinnollisissa viroissa arkipäivää. Toisen ääripään muodostavat Saudi-Arabia ja Afganistan, joissa naisen elämää rajoitetaan jyrkästi muun muassa pukeutumisen ja liikkumisen osalta. Molemmissa maissa tiukkoja rajoituksia perustellaan uskonnolla, mutta tosiasiaissa kysymyksessä ovat vuosien takaa periytyneet heimotavat eivätkä islamin laista löytyvät ohjeet. (Hämeen-Anttila 2017, 252–254.) Saudi-Arabia on tosin ottamassa pienen askeleen kohti tasa-arvoisempaa yhteiskuntaa. Maailman viimeinen maa, jossa naiset eivät ole saaneet ajaa autoa, on ilmoittanut sen tulevan luvalliseksi vuoden 2018 aikana. Tämä tietysti islamin lain sallimissa rajoissa. (Aljazeera 2017; Mikkonen 2017.)

Käytännössä eniten naisen asemaan islamin maissa vaikuttaa se, että koraani uskonnollisen auktoriteetin ylimpänä lähteenä käsittelee yksityiskohtaisesti muun muassa perhe- ja perintöoikeutta, joihin naisen oikeudellinen asema sisältyy (Hämeen-Anttila 2017, 229). Koraani määrittelee miehen ja naisen samanarvoisiksi Jumalan edessä. Heidät on luotu täydentämään toisiaan, joten heidän tehtävänsä ovat siksi erilaiset. Koraanista löytyy kuitenkin myös kohta, jonka mukaan mies on naista ylemmällä tasolla. (Palva 2016, 188; Waines 2003, 255.) Miestä ja naista koskevat erilaiset säännöt johtavat käytännössä länsimaisen käsityksen mukaan epätasa-arvoiseen tilanteeseen (Hämeen-Anttila 2017, 251). Mies määrittellään perheen pääksi, ”koska Jumala on toisia suosinut enemmän kuin toisia ja koska mies elättää vaimoaan” (Palva 2016, 188; Waines 2003, 255). Taloudellisen päätösvallan lisäksi, miehellä ei kuitenkaan tulkita olevan oikeutta päättää naisen asioista yleisesti (Hämeen-Anttila 2017, 251). Tästä huolimatta islamin maissa miehet päättävät pitkälti perheen ja siinä samalla vaimon ja perheen muiden naisten asioista. Vaimon odotetaan tottelevan päätöksiä, mikäli ne noudattavat islamin lakia. (Hallenberg 2016, 36.) Islam sallii miehelle moniavioisuuden ja enintään neljä vaimoa samanaikaisesti. Yksiavioisuus on kuitenkin käytännössä avioliiton perusmalli. Moniavioisuuden vaatimaan taloudelliseen vastuunkantoon kaikista vaimoista on ollut ja on edelleen edellytyksiä vain harvalla. (Hallenberg 2016, 36; Hämeen-Anttila 2017, 251.) Toinen vaimo otetaan nykyään useimmiten sen takia, että ensimmäinen vaimo ei voi saada lapsia, ja perilliset, erityisesti pojat, ovat patriarkalisessa järjestelmässä miehelle tärkeitä (Hallenberg 2016, 19–20, 36). Länsimaisesta näkökulmasta katsottuna avioeroa käsitellään epätasapuolisesti. Mies voi ottaa avioeron vaimostaan ilman erityistä syytä. Vaimo taas joutuu anomaan eroa tuomarilta ja se on mahdollista saada vain, mikäli taustalla on islamin lain hyväksymä syy. (Hämeen-Anttila 2017, 251.) Hyväksytyjä syitä ovat muun muassa elatusvelvollisuuden laiminlyönti ja vaimon pahoinpitely (Hallenberg 2016, 38). Islamilaisen avioliittolainsäädännön mukaan

miehen on mahdollista tehdä avioehto vaimonsa hyväksi. Avioehdolla mies voi rajoittaa oikeuttaan avioeroon, antaa laajemmat avioero oikeudet vaimolle tai lupautua ottamaan muita vaimoja vain ensimmäisen vaimon luvalla. (Hämeen-Anttila 2017, 252; Waines 95.)

Pukeutuminen on islamilaisuuden yksi isoimmin ulospäin näkyvistä ja länsimaissa erityisesti naisten asemaan liittyen eniten keskustelua herättäneistä asioista. Koraani ohjaa islaminuskoisia pukeutumaan säädyllisesti ja käyttäytymään siveellisesti julkisilla paikoilla. Tämä koskee niin miehiä kuin naisia. Säädylliseksi koettu pukeutuminen vaihtelee alueittain, sillä tarkkaa ohjeistusta ei löydy uskonnon lähteistä. (Hallenberg 2016, 63; Hämeen-Anttila 2017, 252–253; Palva 2016, 190.) Yksi Koraanin jakeista kehottaa naisihmisiä ”panemaan vaatteensa pänsä yli, jotta heidät tunnettaisiin siveiksi eikä heitä häirittäisi”. Kun tätä tulkitaan tiukimmin, naisen sallitaan paljastavan vain kätensä ja kasvonsa. (Palva 2016, 188–190.) Vähimmillään naisten edellytetään peittävän hiuksensa, joka on ollut ja on osittain edelleen käytäntönä myös muissa kulttuureissa. Naisten liikkuminen julkisilla paikoilla ilman päähinettä ei ole Suomessakaan kovin vanha asia. Käytännössä musliminaisten pukeutuminen kodin ulkopuolella vaihtelee pään ja kaulanalueen peittävästä hivistä erilaisiin kehon ja muun vaatetuksen peittäviin takkeihin ja kaapuihin. Kaikkein rajoitettavin pukine on afganistanilaistyyppinen burqa, jolla peitetään koko keho päälaelta maahan saakka, ja silmien kohdalla on vain pieni pitsikoristeinen aukko. Asu on kuitenkin harvinainen ja sitä käyttää hyvin pieni osa maailman musliminaisista. (Hämeen-Anttila 2017, 252–253; Poushter 2014.) Vaikka länsimaissa kasvot peittävä huntu liitetään käytännössä aina naisten alistamiseen, on se pukineena joissakin maissa osa kulttuuriperinnettä ja uskonnollisuutta. Monet naiset käyttävät kasvohuntua omasta itsenäisestä päätöksestään joko korostaakseen kulttuuristaustansa tai kertoakseen uskonnollisesta vakaumuksestaan. (Hallenberg 2016, 64; Hämeen-Anttila 2017, 265; Vyver 2017.) Länsimaissa voidaan ajatella, että naisen asema vapautuu, jos huntu poistetaan. Käytännössä asiassa voi käydä juuri päinvastoin. Mikäli hunnun käyttäminen kielletään, siihen tottuneet naiset liikkuvat todennäköisesti vähemmän julkisilla paikoilla ja heidän asemansa heikkenee eristäytymisen myötä. Kaikki ymmärtävät, että on tilanteita, joissa kasvojen paljastaminen tunnistamista varten esimerkiksi passintarkastuksessa on pakollista. Se ei kuitenkaan tarkoita, että hunnun käyttö olisi perusteltua kieltää yleisesti kaikissa tilanteissa islamvähemmistöisissä ympäristöissä. (Hämeen-Anttila 2017, 267.)

2.4 Islamilaisuus ja ruoka

Ruoka ja ravinto mainitaan Koraanissa useissa eri kohdissa ja erityisesti sana ravinto, ta’am, on monimerkityksinen ja korostaa Jumalan osuutta sen päivittäiseen saamiseen (Hallenberg & Perho, 2010, 39). Jumalaa kiittääkseen ihmisen tulee jakaa omastaan heille

joilla jostain syystä ei ole ravintoa. Ruoan jakaminen almuna heikompiosaisille voi olla joko uskonnollinen hyve tai hyvitys siitä, että muslimi ei esimerkiksi oman sairautensa takia ole voinut suorittaa viiteen uskonvelvollisuuteen kuuluvaa paastoa. (Hallenberg & Perho 2010, 42.) Ravinto ja sen puhtaus ovat tärkeässä osassa muslimin velvollisuutta suojella elämää ja pitää itsensä terveenä (Hallenberg & Perho 2010, 39). Siksi muslimin ei ole sopivaa mässäillä ylenpalttisesti, mutta hyväksi ei nähdä myöskään tarkoituksellista liian vähäisellä ravinnolla elämistä. Ruoka nähdään tärkeänä elintoiminnoille ja ihmisen terveydelle, siksi islamin paastossa ei täysin kieltäydytä ravinnosta vaan paasto katkeaa pimeään ajaksi (Hallenberg & Perho 2010, 44). Makea symboloi islamilaisuudessa iloa, vaurautta ja onnea, ja tämän takia niin taloon poikkeaville vieraille kuin erilaisissa juhlissa tarjotaan makeita leivonnaisia ja makeisia. Toisaalta sairaiden ja toipilaiden ruokahalua herätellään makealla syötävällä. (Hallenberg & Perho 2010, 212.)

Vaikka islamin lähteissä luetellaan selkeästi muslimilta kielletyt asiat, haram, korostetaan useimmiten kuitenkin sitä, mikä on sallittua, halal. Yksiselitteisesti sallittuja ruoka-aineita ovat vihannekset, hedelmät, viljat, palkokasvit ja maitotaloustuotteet. (Hallenberg & Perho 2010, 48.) Tapa erotella eläimet sallittuihin eli puhtaisiin ja kiellettyihin eli likaisiin lihan lähteisiin on samankaltainen kuin juutalaisuudessa. Koraanin mukaan muslimeilta kiellettyjä ovat sianliha, veri kaikissa muodoissa ja muutoin kuin islamin opin mukaan teurastettu liha. (Hallenberg & Perho 2010, 48–49.) Kiellettyä on myös raatojen syönti ja myöhempien lain tulkintojen mukaan edelleen raatoja ja verta syövien eläinten kuten esimerkiksi petolintujen, nahkiaisten ja ankerioiden syönti (Hallenberg & Perho 2010, 55–56). Muslimien halal- ja juutalaisten kosher-teurastus tapahtuvat teknisesti samalla tavalla. Erottavana tekijänä on se, että halal-lihan teurastajan tulee olla islaminuskoinen ja suorittaa lihalle teurastuksen kuluessa uskonnon määrittämä lyhyt siunausrituaali. Teurastaja leikkaa eläimen laskimo- ja valtimosuonet sekä henki- ja ruokatorven poikki nopeasti yhdellä veitsen vedolla. Suomessa laki vaatii, että eläin lisäksi tainnutetaan sähköiskulla juuri ennen leikkaustoimenpidettä. (Hallenberg & Perho 2010, 50.) Koraanin mukaan muslimin on sallittua syödä niin juutalaisten kuin kristittyjen teurastamaa lihaa, kunhan se tulee uskonnon sallimasta eläimestä. Valintatilanteessa muslimi syö kuitenkin mieluummin halal-lihan tuotteesta kosher-lihaa samanlaisesta teurastustavasta johtuen. (Hallenberg & Perho 2010, 51.) Islamin opissa uskovalla on velvoitteita, joita voi esimerkiksi sairauden tai köyhyyden takia jättää suorimatta. Tämä koskee myös rituaalipuhtauteen kuuluvia velvoitteita, kuten sianlihan syöntikieltoa. Äärimmäisen hädän kohdatessa ja hengissä pysymiseksi muslimin on luvallista syödä sianlihaa. Elämän varjeleminen ja hengissä pysyminen on aina tärkeämpää kuin oikein syöminen. (Hämeen-Anttila 2017, 236.)

Päihdyttäviin nautintoaineisiin kuten olueen ja viiniin suhtaudutaan islaminuskossa kielteisesti. Koraanissa ja hadith-kertomuksissa kielletään keittämällä tehty rypäleviini, joka oli Lähi-idän alueelle ominainen juoma islaminuskon alkuaikoina. (Hallenberg & Perho 2010, 106.) Uskonoppineet ovat myöhemmin tulkinneet Jumalan kieltäneen muslimeilta viinin juovuttavana aineen. Tästä johtuen kaikki nykypäivän alkoholipitoiset juomat ovat kiellettyjä, vaikka niitä jokaista ei islamin kirjallisissa lähteissä erikseen mainita. (Hämeen-Anttila 2017, 232.) Tupakka, hasis, oopium ja muut lievemmin tai vahvemmin huumaaavat aineet ovat myöhempien aikojen keksintöjä ja eivät itsessään löydy islaminuskon lähteistä. Lisääntynyt tietoisuus tupakan haittavaikutuksista on johtanut suhtautumisen muuttumiseen tupakoinnin osalta enemmän kielteiseksi kuin sallivaksi. Huumeet tulkitaan nykypäivänä kielletyiksi, koska Koraani kieltää yksiselitteisesti muslimilta itsensä tappamisen ja vaarallisten myrkkyjen nauttimisen sekä kehottaa olemaan haaskaamatta omaisuutta ja tuhlaamatta rahaa turhuuksiin. (Hallenberg & Perho 2010, 131–140.)

Perhe- ja yhteisökeskeisessä islamilaisuudessa yhdessä syöminen ja vieraanvaraisuus on tärkeää. Vieraanvaraisuus on kuulunut arabialaiseen kulttuuriin paimentolaisajoilta saakka (Hallenberg & Perho 2010, 71) ja kehoitus yhdessä syömiseen löytyy myös hadith-kertomuksista; ”syökää yhdessä, älkää erillänne, sillä seurassa on siunaus”. Ruokaa kuuluu tarjota kodin ulkopuolella kaikille samassa tilassa esimerkiksi junaosastossa oleville, myös tuntemattomille ihmisille. (Hallenberg 2016, 24–25.) Kotona käyviä vieraita kestitään runsain tarjoiluin. Ruokailu ja kyläily ovat yhdessä syömiseen lisäksi osa suhteiden hoitoa niin perheiden kuin liikekumppaneiden kesken. Ruoan tarjoamisen nähdään lujittavan isännän ja vieraan välisiä siteitä ja vahvistavan mahdollisia tehtyjä sopimuksia. (Hallenberg & Perho 2010, 71.) Suomalaisille tuttu kursailu on niin ikään osa islamin ruokakulttuuria. Taloon poikennutta vierasta taivutellaan syömään isäntäväen kanssa omia tarjoiluja vähätellen. Vieraan tulee alkuun kieltäytyä kutsusta ja myöntyä vasta taivuttelun jälkeen. Vieraanvarainen isäntä nauttii vieraansa kanssa aina runsaan aterian, vaikka olisi itse juuri syönyt. (Hallenberg & Perho 2010, 73–74.)

3 Matkustus islamilaisuuden ja lähtömarkkinoiden viitekehyksessä

Matkustus on tärkeä osa islaminuskon jo pelkästään uskonvelvollisuuksiin kuuluvan Mekkaan tehtävän pyhiinvaellusmatkan takia. Profeetta Muhammad näki matkustamisen välttämättömänä sivistyksen ja tiedon kartuttamisen takia. Hadhit-kertomuksissa kehoitetaan etsimään tietoa vaikka Kiinasta saakka. (Hussain 2015.) Toisaalla kertomuksissa myös todetaan tiedon etsimisen kuuluvan jokaisen muslimin, niin miehen kuin naisen, velvollisuuksiin (Palva 2016, 190). Islamilaisuuden historiasta löytyy monia oppineita, jotka matkustivat sekä oppiakseen että opettaakseen. Yksi tunnetuimmista on nykypäivän Marokossa syntynyt Ibn Battuta, jonka neljännes vuosisadan kestänyt matka maailman eri kolkkiin alkoi pyhiinvaellusmatkana Mekkaan vuonna 1325. (Hussain 2015; Waines 2003, 175.) Tuohon aikaan oli yleistä, että uskonnollista matkaa rahoitettiin yhdistämällä siihen kaupankäyntiä tai tieteellisiä ja ammatillisia toimintoja. Battuta rikkoi tätä perinteistä kaavaa janoamalla lisäksi seikkailuja. Pelkkä yksinäinen matkailija ja seikkailija Battuta ei kuitenkaan ollut, vaan hän liikkui muiden oppineiden, kauppiaiden ja pyhiinvaeltajien seurueissa yhdessä perheensä kanssa. Battuta otettiin eripuolilla islamilaista maailmaa vastaan lämpimästi, koska hän arabina osasi Koraanin kielen ja lainoppineena tunsivat syvällisesti uskonnollisen lain kiemurat. (Waines 2003, 175–176.)

Nykyaikana muslimit matkustavat usein samoista syistä kuin kaikki muutkin eli lomaillakseen, vieraillakseen ystävien ja sukulaisten luona sekä työmatkoilla (UNWTO 2012, 35–36). Suurimpia muslimimatkustajamassoja liikuttavat kuitenkin uskonnollisista syistä tehtävät matkat. Tällaisiin lukeutuvat pyhiinvaelluskuukautena tehtävä pyhiinvaellusmatka, hajj ja muuna aikana vuodesta tapahtuva pienipyhiinvaellus, umra. Uskonnollisen teeman alle luetaan lisäksi matkat, joissa vieraillaan islamilaisen valtion historiallisilla paikoilla eri puolilla maailmaa kuten esimerkiksi Espanjassa. (CrescentRating 2015.)

Muslimeita kiinnostavat kohteet, joissa heidän on mahdollista noudattaa uskontonsa asettamia vaatimuksia. Maailman muslimit eivät ole homogeeninen joukko, joten toiset ovat asian suhteen tarkempia kuin toiset. Toiveet vaatimusten noudattamisen mahdollisuudesta ovat jaettavissa kolmeen ryhmään, nähtävissä taulukossa 3.

Taulukko 3. Uskonnon asettamien vaatimusten noudattamisen mahdollisuus ryhmiteltynä tärkeyden mukaan (Mastercard & CrescentRating 2017, 38-39, mukaillen)

Erittäin tärkeää	Hyvä olla tarjolla	Tuo lisää mukavuutta
Halal-ruoka	Käsisuihku tai bidee WC:ssä	Ei tarjolla sopimattomia eli kiellettyjä aktiviteetteja esimerkiksi kasino
Rukoustilat	Paastoaikana mahdollisuus syödä myöhään illalla ja aikaisin aamulla	Erilliset uima-altaat ja kuntosalit miehille ja naisille

Erittäin tärkeiksi muslimit näkevät mahdollisuuden syödä halal-ruokaa ja rukoilla erillisessä rukoustilassa. Hyvä olla tarjolla -asioina koetaan käsisuihku tai bidee allas WC:ssä puhdistautumista varten sekä paastoaikana mahdollisuus ruokailla myöhään illalla tai alkuyöstä ja aamunsarastuksen aikaan. Lisää mukavuutta oleskeluun tuo se, että kohteet tai alueet, joissa muslimit oleskelevat ovat perheystävällisiä ja niissä ei ole näkyvillä sopimattomia ja kiellettyjä aktiviteetteja kuten kasinoita, yökerhoja ja alkoholitarjoilua. Mukavuutta lisäävinä koetaan myös naisille ja miehille tarjottavat erilliset virkistyspalvelut kuten erilliset uima-altaat ja kuntosalit. (Islam Channel 4.8.2016; Mastercard & CrescentRating 2017, 38–39.)

Islamenemmistöisten maitten ulkopuolella on noudatettava varovaisuutta kutsua tarjottuja palveluja sharia-lain mukaisiksi, shariah compliant, joka vaatii islaminuskon vaatimusten täyttymistä laajemmin kuin itse ydintuotteen osalta (Islam Channel 4.8.2016; CrescentRating 2015). Palveluiden luokitteluhalal-palveluiksi luo muslimille kuvan uskonnon vaatimusten täyttymisestä kattavasti. Mikäli näin ei ole, on parempi pysyttäytyä ilmaisuissa ”muslim- tai halal-friendly” eli ”muslimi, halal ystävällinen” tai ”halal huomioitu/ huomioon otettu”. (CrescentRating 2015)

Amadeuksen (2016) tekemän tutkimuksen mukaan muslimimatkustajia voidaan ryhmitellä matkaan kohdistuvien tarpeiden ja odotusten perusteella, nähtävissä taulukossa 4.

Taulukko 4. Muslimimatkailijoiden ryhmittely matkaan kohdistuvien tarpeiden ja odotusten perusteella (Amadeus 2016, mukaillen)

Kohteen tunnettuus vs. Uutuus		Matkaseurueen koko		Taloudellinen näkökulma	
Mukavuus	Uuden etsintä	Ydinperhe	Perheyhteisö	Tarjoukset	Helppous
Tunnetut kohteet	Uudet kohteet	Aviopari ja lapset	Laajennettu perhe	Kulut minimissä	Sujuvuus
Perheystävällisyys	Kulttuurisokki	Usein vierastyöläisiä	Sisarukset, ystävät	Ei välttämättä kulurajoitusta	Maksaa mielellään enemmän
Halal-ruoka	Joustavuus	Ryhmä voi kasvaa	Palveluhenkilökunta	Järkiostaja	Islamin ulkopuolella

Ensimmäinen luokittelutekijä on kohteen tunnettuus. Mukavuutta tavoittelevat muslimit haluavat matkustaa tunnettuihin, perheystävällisiin kohteisiin ja halal-ruoka on tärkeässä osassa matkaa. Uutta etsivät taas ovat kiinnostuneet tutkimaan uusia ja tuntemattomia kohteita. He arvostavat mahdollisuutta kokea kulttuurisokin ja joustavat matkoilla uskonnosta nousevien vaatimusten jopa ruokavalion suhteen. Seuraava luokittelutekijä on matkaseurueen koko. Ydinperheellisen matkaseurueeseen kuuluu yleensä puoliso ja mahdolliset lapset, mutta seurue voi olla myös isompi. Laajennettu perheyhteisö on usein iso arabiryhmä, johon kuuluu ydinperheen lisäksi sisarusia ja heidän perheenjäseniään,

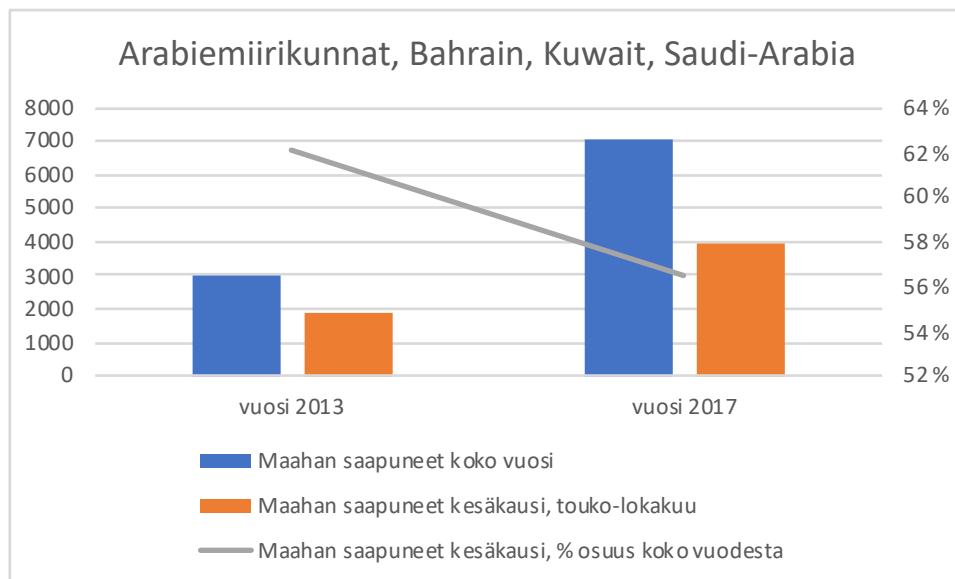
palvelushenkilökuntaa sekä ystäviä. Kolmas ja viimeinen luokittelutekijä liittyy rahaan. Tarjouksen etsijät eivät näe järkeä kulutuksessa, ja pitävät kulut pieninä, vaikka talous sallisi laveamman rahan käytön. Helppoutta arvostavat haluavat asioiden tapahtuvan matkoilla sujuvasti ja ovat valmiita myös maksamaan siitä. Tämä on yleistä tuntemattomimmissa ja islamin maiden ulkopuolella, muslimivähemmistöisissä kohteissa. (Amadeus 2016.)

3.1 Lähtömarkkina-alueena Arabian niemimaa

Lähtömarkkina-alueena Arabian niemimaa rajataan tässä työssä Persianlahden yhteistyöneuvoston, ”Gulf Cooperation Council”, lyhyemmin Persianlahden maihin. Tästä taloudellisesta ja poliittisesta yhteenliittymästä käytetään jatkossa myös sen englanninkieliseen nimeen perustuvaa lyhennettä GCC. Liittymään kuuluvat sen kuusi perustajajäsenmaata eli Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Saudi-Arabia ja Yhdistyneet arabiemiirikunnat. (De lo Fayos & Jongberg 2017.) Käsiteltävän lähtömarkkina-alueen ulkopuolelle rajautuu näin ollen maantieteellisesti alueella sijaitseva Jemen. Tässä työssä Lähi-idän alueeseen luetetaan mukaan 11 maata; Bahrain, Egypti, Iran, Jordania, Kuwait, Libanon, Oman, Qatar, Saudi-Arabia, Syyria ja Yhdistyneet arabiemiirikunnat (UNWTO 2012, 17). Tämä siksi, että pääosa lähtömarkkinan tiedoista pohjaa Maailman matkailujärjestön, World Tourism Organization eli UNWTO:n (2012) Lähi-idän alueelta ulospäin suuntauvasta matkailusta tekemään tutkimukseen.

Islaminuskoiset nähdään suurena mahdollisuutena maailman matkailumarkkinoilla ja nopeinta kasvua odotetaan Lähi-idän alueelta. Maailman muslimien kokonaislukumäärän odotetaan nousevan 2010 vuoden 1,6 miljardista 2,8 miljardiin vuoteen 2050 mennessä. Islamin uskoisten henkilöluvun kasvu on näin ollen nopeampaa kuin kristittyjen, joita vuonna 2010 oli 2,17 miljardia ja odotetaan vuonna 2050 olevan 2,92 miljardia. (Islam Channel 4.8.2016; Pew Research Center 2015.) Lähi-idän alueelta lähtevien muslimimat-kustajien lukumäärä on taas vuosien 1990 ja 2010 välisenä aikana yli nelinkertaistunut kahdeksasta miljoonasta 36 miljoonaan matkailijaan (UNWTO 2012, 27). Tästä määrästä noin 60 prosenttia tulee Persianlahden yhteistyöneuvoston maista (UNWTO 2012, 32). Vuonna 2010 Eurooppa sai Lähi-idän ulkopuolelle suuntautuvasta matkustuksesta 49 prosenttia, joka tarkoittaa noin 4,4 miljoonaa matkustajaa. Suosituimman kymmenen kansainvälisen matkakohteen joukkoon mahtuu Euroopassa kaksi maata; Turkki ja Ranska. (UNWTO 2012, 29–30.) Näistä Turkki islamenemmistöisenä maana on ymmärrettävästi Lähi-idän muslimille helppo matkakohde. Muita kiinnostavia maita Euroopassa ovat Iso-Britannia, Italia, Saksa, Sveitsi ja Itävalta (UNWTO 2012, 29). Suomessa Persianlahden maiden kansalaisia on tilastoitu tulleen maahan Yhdistyneistä arabiemiirikunnista, Bahrainista, Kuwaitista ja Saudi-Arabiasta. Maahan saapumisten määrä on nousussa. Vuonna

2013 mainituista maista saapui Suomeen yhteensä 2980 henkilöä ja vuonna 2017 jo yli kaksinkertainen määrä, yhteensä 7026 henkilöä, nähtävissä kuviossa 1. (Tilastokeskus 2018a.)



Kuvio 1. Vuosina 2013 ja 2017 Suomeen saapuneet Yhdistyneiden arabiemiirikuntien, Bahrainin, Kuwaitin ja Saudi-Arabian kansalaiset (Tilastokeskus 2018a)

Vuonna 2013 kesäkaudella, toukokuusta lokakuuhun saapuneita oli 62 prosenttia ja vuonna 2017 vastaavana ajankohtana 57 prosenttia koko vuoden henkilömäärästä (Tilastokeskus 2018a).

Maantieteellisen sijainnin lisäksi Persianlahden yhteistyöneuvoston mailla on monia muita yhdistäviä tekijöitä. Niistä leimallisin on maiden pääuskonto islamilaisuus, jota tunnustavien kansalaisten määrä vaihtelee Omanin 75 ja Saudi-Arabian 100 prosentin välillä. Virallinen kieli kaikissa Persianlahden maissa on arabia, jonka lisäksi puhutaan kunkin maan historian vaiheista riippuen persiaa, urdua tai hindiä. Englantia käytetään laajasti niin liikeyhteisissä kuin keski- ja yläluokan piirissä. (UNWTO 2012, 5–6.) Vuonna 2010 GCC maissa asui noin 39 miljoonaa asukasta, joista 66 prosenttia Saudi-Arabiassa, 11 prosenttia Yhdistyneissä arabiemiirikunnissa ja kolme prosenttia Qatarissa (UNWTO 2012, 3–4). Omalaatuista GCC maille on yli kolmasosaan koko alueen väestömäärästä kohoava ekspatriaattien eli vierastyöläisten lukumäärä. Enimmillään heitä on Qatarissa lähes 90 prosenttia ja vähiten Omanissa hieman alle 30 prosenttia väestöstä. (UNWTO 2012, 33.) Väestön ennustetaan kasvavan GCC alueen maissa prosentuaalisesti tasaisemmin ja hieman nopeammin kuin Lähi-idän alueella muutoin. Vuoteen 2050 mennessä väkimäärään odotetaan kasvavan yli 65 miljoonaan. Neljänkymmenen vuoden aikana väestömäärän

kasvu olisi näin ollen 67 prosentin luokkaa. Tarkasteltaessa koko Lähi-itää, lapset ja nuoret ovat nopeimmin kasvava ikäryhmä. Matkailun näkökulmasta kiinnostavaa on se, että samaan aikaan yli 55-vuotiaiden määrän odotetaan kasvavan alle kymmenestä 26 prosenttiin, mikä Persianlahden yhteistyöneuvoston maiden kohdalla tarkoittaa noin 17 miljoonaa henkilöä. Sukupuolijakauma alueella on varsin tasainen, sillä väestöstä miehiä on noin 52 ja naisia 48 prosenttia. (UNWTO 2012, 3–4.)

Ulkomaille suuntautuvan matkustuksen potentiaaliin vaikuttavia tekijöitä ovat aina muun muassa kunkin maan väestömäärä ja sen varallisuus. Vaikka asiat ovat harvoin yksi selitteisiä, Persianlahden maiden omalaatuinen väestörakenne vierastyöläisineen tuo asiaan monitahoisuutta. Lähtökohtaisesti GCC maiden kansalaiset ovat pääosin varakkaita ja panostavat kaikessa kulutuksessaan yllisyyteen ja laatuun. (UNWTO 2012, 14.) Useita eri kansallisuuksia edustava vierastyöläisjoukko taas voidaan jakaa karkeasti kahteen ryhmään ansiotason mukaan. Kansallisuuksista suurimman ryhmän muodostavat aasialaiset ja heidän jälkeensä naapurimaiden arabikansalaiset. Kolmanneksi suurin ryhmä ovat eurooppalaiset ja länsimaalaiset ylipäätään. Vierastyöläisistä suurin osa työskentelee pienipalkkaisissa alemman tason suorittavissa tehtävissä. Liike-elämän laajentuminen öljystä muun muassa rahoitus- ja sijoituspalveluihin, tietoliikenteeseen ja matkailuun on kuitenkin kasvattanut ja kasvattaa edelleen maissa olevien korkeasti koulutettujen, hyvin ansaitsevien asiantuntijoiden määrää. (UNWTO 2012, 5, 33.) Mahdollisista matkustajaryhmistä kiinnostavimpia kansainvälisen matkailumarkkinan näkökulmasta ovat varakkaat arabit sekä ylempiä ansiotuloja nauttivat vierastyöläiset. GCC maiden kansalaiset koetaan tosin kaikkein kiinnostavimpina, koska varallisuus mahdollistaa sekä matkustamisen, että korkealaatuisten ja hinnakkaiden palveluiden käytön. (UNWTO 2012, 14.)

Persianlahden yhteistyöneuvoston alueelta lähtevistä lomamatkustajista 60 prosenttia on maiden kansalaisia ja loput 40 prosenttia vierastyöläisiä. Tarkasteltaessa arabikansalaisia suurinta matkustajaryhmää yli 50 prosentin osuudella edustavat perheet, joista 75 prosentissa perhekuntaan kuuluu vähintään viisi henkilöä. Seuraavaksi suurin matkustajaryhmä ovat nuoret, alle 35-vuotiaat, hyvin koulutetut, ystävaseurueessa matkustavat miehet. Euroopassa lomailevat kuuluvat kaikkein korkeimmin koulutettujen ja parhaiten toimeentulovien joukkoon. He ovat yleensä myös erittäin kokeneita matkustajia, jotka lomailevat ulkomailla useammin kuin muihin maanosiin matkustavat. (UNWTO 2012, 34.) Lomien pituudet vaihtelevat, mutta vuosittainen pitkä loma on yleensä noin 20-25 päivää. Varakkaimmat arabiperheet, pakenevat keskikesän kuumuutta viikoiksi ja pisimmillään jopa kuukausiksi leudomman ilmanalan maihin. Näillä pitkillä lomamatkoilla oleskelu halutaan usein jakaa useamman kohteen tai maan kesken. (UNWTO 2012, 37–39.) Pitkille kesälomille

matkustetaan perheensä kanssa ja joskus mukaan voi liittyä lisäksi ystäviä. Varakkaimmilla mukana voi olla myös palveluhenkilökuntaa esimerkiksi lastenhoitajia. Seurueet voivat siten olla isoja ja vain harvoin alle kymmenen henkilöä. (Amadeus 2016; UNWTO 2012, 41.) Muina aikoina matkustus voi tapahtua pienemmällä seurueella ja jopa pariskunnittain (UNWTO 2012, 41). Majoitusvaihtoehdoista GCC maiden kansalaiset suosivat korkeatasoisia, neljän ja viiden tähden hotelleja sekä kahden tai useamman makuuhuoneen huoneistoja ja villoja. Hotelleissa majoituttaessa tärkeäksi koetaan mahdollisuus yhdistää huoneita toisiinsa väliovella. (UNWTO 2012, 41–42.)

Useita eri kansallisuuksia edustavat varakkaat vierastyöläiset eivät ymmärrettävästi ole yhtä homogeenin matkustajaryhmä kuin Persianlahden maiden kansalaiset. Heidän kohdallaan on kuitenkin nähtävissä tiettyjä samankaltaisuuksia. Vierastyöläiset viettävät vuosilomansa usein kotimaassaan, mutta tekevät sen lisäksi lomamatkoja muihin kohteisiin GCC maiden kansallisten lomapäivien aikana (UNWTO 2012, 37–38). Euroopassa vierastyöläiset matkustavat usein yksin, pariskuntana tai neljän hengen seurueena (UNWTO 2012, 41). Majoitusvaihtoehdoista suosituin on korkeatasoinen hotelli, jonka lisäksi he käyttävät suhteellisen paljon myös edullisempia hotelleja ja yksityismajoitusta (UNWTO 2012, 41–42).

Persianlahden maissa matkajärjestelyt varataan yleensä lähellä suunniteltua lähtöpäivää vaihtelevia varauskanavia pitkin. Parhainta mahdollista tarjoushintaa etsivät tekevät varauksensa yleensä alle kuukausi ja jopa vasta viikkoa ennen lähtöä. Kaikkein varakkaamat luksusmatkailijat ja perheen kanssa matkustavat varaavat matkansa hieman aikaisemmin, neljästä viikosta jopa muutamiin kuukausiin ennen lähtöpäivää. (Amadeus 2016; UNWTO 2012, 42.) Matkatoimistojen tarjoamat ennakkovaraajan edut ovat auttaneet aikaistamaan kesän korkeakauden matkavarauksia jopa tammi- ja helmikuulle (UNWTO 2012, 42). Kuten muuallakin, matkojen varaamiseen käytettävät kanavat ovat myös GCC maiden alueella murroksessa. Matkatoimistoilla on vielä kohtuullisen tärkeä asema, vaikka yhä useampi varaa lennot ja hotellin suoraan palveluntarjoajalta. Suoraa varattaessa ei välttämättä tähän asti ole käytetty sähköisiä verkkopalveluita vaan ollaan oltu yhteydessä puhelimitse. (UNWTO 2012, 42–43.) Varausjärjestelmien käyttöä on rajoittanut osittain se, että Persianlahden maissa maksut on perinteisesti hoidettu käteisellä ja korttimaksaminen on varsin uusi asia. Islamin laki kieltää korkojen perimisen ja näin ollen myös periaatteessa luottokortit. (IstiZada.) Islamilaiset pankit ovat kuitenkin yhteistyössä kansainvälisten luottokorttiyhtiöiden kanssa tuoneet arabimarkkinoille sharia-lain mukaiset, korottomat luottokortit (United Arab Bank 2018), joten verkko-ostaminen lisääntynee. Verkkopalvelujen käyttö on muuttunut nopeasti ja muuttuu edelleen, koska internetin

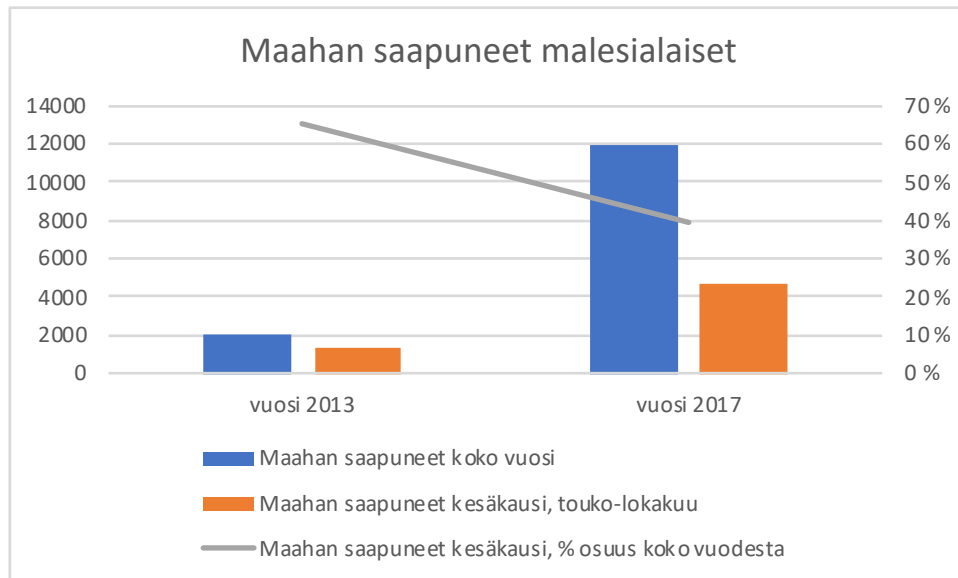
käyttö on vuosien 2011 ja 2017 välillä kasvanut Persianlahden maissa 30 – 40 prosenttiyksiköllä. Alueen väestöstä alimmillaan 69 prosentilla ja enimmillään 98 prosentilla on tänä päivänä käytössään verkkoyhteys. (Miniwatts Marketing Group 2017; UNWTO 2012, 61.) Lisäksi älypuhelimet ovat yleistyneet nopeasti ja käyttäjämäärä on maailman huippuluokkaa. Esimerkiksi Yhdistyneissä arabiemiirikunnissa älypuhelimia on jo noin 78 prosentilla väestöstä. (Hotelier Middle East 2017.) Verkossa tehtäviä matkavarauksia on voinut osittain rajoittaa myös se, että verkkomatkatoimistojen sivustoja on voinut pitkään käyttää vain englanniksi. Ensimmäinen Arabiankielinen varaussivusto avautui vasta vuoden 2016 tammikuussa (Thompson 2016).

3.2 Lähtömarkkina-alueena Malesia

Kaakkois-Aasiassa sijaitseva 32 miljoonan asukkaan Malesia on kulttuurisesti monimuotoinen ja uskonnoiltaan 60 prosentin osuudella islamenemmistöinen maa (Department of Statistics Malaysia 2015; UNWTO 2017, 142). Seuraavaksi eniten uskonnon vapauden takaavassa maassa on buddhalaisia noin 19, kristittyjä 9 ja hinduja 6 prosenttia väestöstä. Lopun kuusi prosenttia muodostavat erilaiset pienemmät uskontokunnat. Väestö jakautuu pääosin kolmeen etniseen ryhmään, joista suurin noin 65 prosentin väestöosuudella on maan alkuperäisväestö bumiputrat, suomeksi maan pojat, sen jälkeen kiinalaiset ja sitä seuraavana intialaiset. Malesian virallinen kieli on malaiji, mutta englantia puhutaan laajalti. (UNWTO 2017, 142.)

Kuten Arabian niemimaan kohdalla jo todettiin, ulkomaille suuntautuvan matkustuksen potentiaaliin vaikuttaa muun muassa kunkin maan väestön varallisuus. Taloudellisesti Malesian katsotaan kuuluvan vastikään teollistuneiden, keskituloisten maiden luokkaan. Tulonerot ovat kuitenkin huomattavat ja suurin osa kokonaispalkkatulosta keskittyy pienelle osalle koko maan väestöstä. (UNWTO & Tourism Australia 2013, 57–59.) Tämä näkyy hyvin ulkomaille matkustavien kotitalouksien kohdalla, joista 46 prosentissa ansaitaan yli 30 000 Yhdysvaltain dollaria vuodessa. Kyseinen tuloluokka kattaa noin 24 prosenttia kaikista malesialaisista kotitalouksista. (Choong & Wong-Hedrick 2016.) Noin 40:ssä prosentissa kotitalouksista tulot ovat 14 000:ta ja loppuissa alle 6 000:n Yhdysvaltojen dollarin luokkaa (UNWTO & Tourism Australia 2013, 59). Malesialaisten arvioitiin vuonna 2016 tehneen 11,9 miljoonaa ulkomaan matkaa ja määrän nousevan 14,2 miljoonaan vuoteen 2021 mennessä. Nämä luvut eivät sisällä maitse Singaporeen tehtyjä matkoja. (Choong & Wong-Hedrick 2016.) Ulkomaille tehtyjen matkojen matkakohteiden kolmen kärjessä ovat Singapore, Korea ja Hongkong (Chubb 2017). Perheelliset lomailevat pääasiassa koulujen loma-aikoina kesäkuussa, marraskuussa ja joulukuussa (Vase 2017).

Suomessa tilastoidut malesialaisten maahan saapumiset ovat nousussa. Vuonna 2013 Suomeen saapui 2018 malesialaista, joista 65 prosenttia saapui kesäkaudella touko-kuusta lokakuuhun. Vuonna 2017 tulijoita oli jo 11 951 henkilöä, joista 40 prosenttia kesäkaudella. Nämä ovat luvut nähtävissä kuviossa 2. (Tilastokeskus 2018b.)



Kuvio 2. Suomeen saapuneen Malesialaiset vuosina 2013 ja 2017 (Tilastokeskus 2018b)

Viiden vuoden aikana maahan saapuneiden määrä on näin ollen yli viisinkertaistunut ja talvikaudesta marraskuusta huhtikuuhun on tullut suositumpi (Tilastokeskus 2018b).

Erilaiset verkkoaineistot mukaan luettuna sosiaalisen median kanavat ovat tärkeitä malesialaisille matkustuksen eri vaiheissa (Vase 2017). Kaikista internetin käyttäjistä 60 prosenttia kuuluu ikäluokkiin 20–39 –vuotiaat ja hieman yli 50 prosenttia heistä on miehiä. (MCMC 2016, 11, 62.) Suosituimmat sosiaalisen median kanavat ovat yhtä suurella käyttäjämäärällä Youtube ja Facebook, kolmannelle sijalle nousee Instagram. Kyseisillä kanavilla on noin 22 miljoonaa aktiivista käyttäjää (We are social 2017) ja tämä näkyy niin inspiraatio- kuin suunnitteluvaiheissa (Vase 2017). Kaikkein tärkeimmiksi innoituksen lähteiksi nousevat nimittäin Facebook ja Instagram. Vertaisarviointi- ja varaussivustot nousevat seuraaville sijoille ja niiden jälkeen blogikirjoitukset ja uutismedian sivustot. Verkkoaineistojen jälkeen suurin vaikutus on perheiden, ystävien ja työtovereiden kokemuksilla, suosituksilla ja mielipiteillä, joskin osa tästäkin viestinnästä tapahtuu sosiaalisen median kanavissa. Videosisältöjä kulutetaan eniten kohdetta valitessa ja tutkittaessa kohteen tarjoamia aktiviteetteja. Videot koetaan kiinnostaviksi silloin, kun niihin on helppo samaistua ja ne kertovat hyvistä tai huonoista aidoista kokemuksista tai välittävät asiantuntijoiden

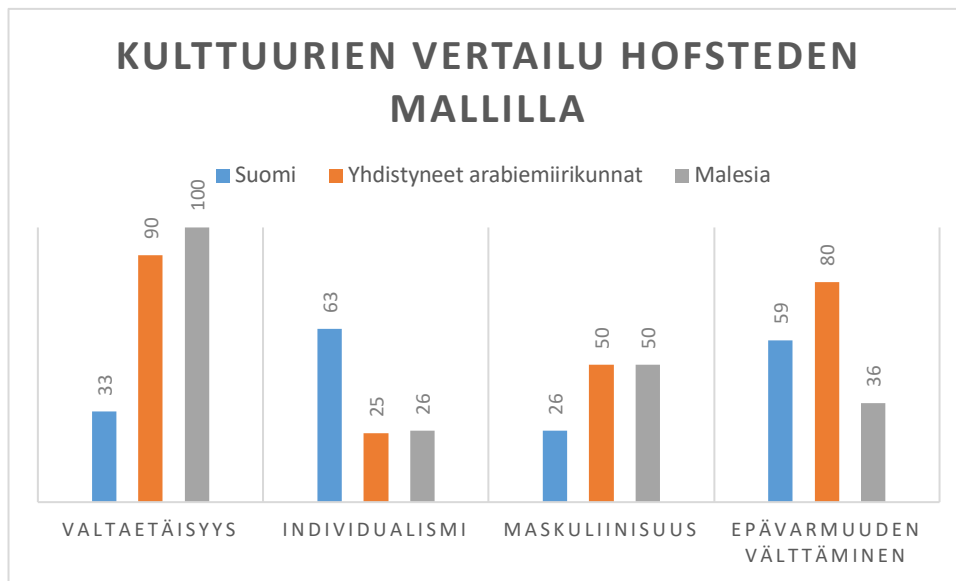
matkavinkkejä. Matkailuyritysten tuottamia videoilla on myös merkitystä vaikkakin vähemmän. Matkan aikana ja sen jälkeen kokemuksia jaetaan niin sosiaalisessa mediassa kuin perheelle ja ystäville kasvokkain. (Vase 2017.)

4 Kulttuuriset ulottuvuudet kansallisuuksia erottavina tekijöinä

Hofsteden (2017a) kehittämä, tutkimukseen perustuva kulttuuristen ulottuvuuksien malli on yksi tapa ymmärtää eri kulttuureista ja maista tulevia ihmisiä ja heidän tapojaan toimia. Hofstede (1992, 17–19) lähtee liikkeelle siitä, että kukin yksilö on aina ainutlaatuinen persoonallisuus, johon vaikuttavat osin syntymässä saatu geeniperimä ja osittain elämän aikana opitut ajattelun, tuntemisen ja käyttäytymisen kulttuurisidonnaiset mallit. Kulttuuri käsitetään tässä yhteydessä tietylle ihmisryhmälle tai luokalle tunnusomaisena ja muista ihmisryhmistä erottavana kokonaisuutena, jonka yksilö oppii elinympäristössään. Kulttuuri sisältää muun muassa sen, miten tervehditään, syödään, osoitetaan tunteita ja millainen fyysinen etäisyys koetaan ihmisten välisessä kanssakäymisessä luonnolliseksi. Kulttuurisidonnaiset toimintamallit opitaan suurimmalta osin varhaislapsuuden vuosina, jolloin asioiden oppiminen ja omaksuminen tapahtuvat helpoimmin. Ihminen pystyy myöhemmin oppimaan alkuperäisestä poikkeavia toimintamalleja, mutta ensin on opittava pois vanhoista malleista. Tämä taas on vaikeampaa kuin aikaisemmin lapsuudessa tapahtunut oppiminen. (Hofstede 1992, 17–19.)

Kulttuuriset ulottuvuudet ovat toisistaan riippumattomia mieltymyksiä ja ne kuvaavat tekijöitä, jotka erottavat tai yhdistävät eri maiden kulttuureja. Kutakin ulottuvuutta arvioidaan ja pisteytetään arvoasteikolla yhdestä sataan. Pisteytys on suhteellinen ja käytettävissä kulttuurien vertailuun vain yleisellä, ihmisryhmä tasolla; yksittäiset henkilöt ovat aina yksilöitä kuten aikaisemmin jo todettiin. (Hofstede Insights 2017a.) Hofsteden mallin perustana ovat neljä pääulottuvuutta; valtaetäisyys, individualismi, maskuliinisuus ja epävarmuuden välttäminen. Valtaetäisyys, power distance, kertoo kulttuurin hierarkkisuudesta eli siitä, missä määrin vallan hyväksytään ja odotetaan jakautuvan epätasaisesti. Individualismi määrittelee, kuinka yksilö- tai yhteisökeskeinen yhteiskunta on. Maskuliinisuus kertoo, arvostetaanko yhteiskunnassa enemmän maskuliinisia saavutuksia, itsevarmuutta ja menestyksen tuomaa materiaa vai feminiinistä vaatimattomuutta, heikommista huolehtimista ja elämän laatua. Epävarmuuden välttäminen taas ilmaisee sitä, kuinka epämukavaksi yhteiskunnan jäsenet tuntevat olonsa epävarmoissa ja epäselvissä tilanteissa eli pidetäänkö yllä jäykkiä käyttäytymismalleja ja ollaan suvaitsemattomia epätavallisen edessä vai suhtaudutaanko asioihin rennommin ja hyväksyvämmiin. (Hofstede Insights 2017a.) Myöhemmissä tutkimuksissa ulottuvuuksien joukkoon on lisätty kulttuurinen aikaorientaatio sekä haluilleen periksi antaminen. Kahta viimeistä ulottuvuutta ei ole tutkittu kaikkien maiden kuten Yhdistyneiden arabiemiirikuntien kohdalta, joten ne jätetään tässä yhteydessä pois.

Suomen, Yhdistyneiden arabiemiirikuntien ja Malesian sijoittuminen toisiinsa nähden kulttuuristen eroavaisuuksien vertailussa on nähtävissä kuviossa 3.



Kuvio 3. Suomen, Yhdistyneiden arabiemiirikuntien ja Malesian sijoittuminen toisiinsa nähden kulttuuristen eroavaisuuksien vertailussa (Hofstede Insights 2017b, mukailleen)

Suurimmat erot tulevat esiin suhteessa valtaetäisyyteen ja individualismiin.

Valtaetäisyyden osalta Suomen 33 pistettä kertovat muun muassa hyvin itsenäisesti toimivasta, matala hierarkkisesta ja hajautetun vallan kulttuurista. Työpaikoilla suhteet johtoon ovat epämuodolliset ja viestintä on suoraa ja osallistavaa. Yhdistyneet arabiemiirikunnat 90:llä ja Malesia 100:lla pisteellä edustavat toista ääripäätä. Jokaisella henkilöllä on oma kyseenalaistamaton paikkansa hierarkian eri tasoilla, ja alaiset odottavat ylempien käskytävän tehtävät. Työntekijällä on vain vähän vaikutusvaltaa työtehtäviensä suorittamiseen. Suomen 63 individualismi pistettä kertovat yksilökeskeisestä yhteiskunnasta, jossa jokainen huolehtii itsestään ja lähiperheyhteistään. Työssä etenemisen oletetaan perustuvan kunkin yksilön omiin ansioihin. Mahdolliset koetut loukkaukset aiheuttavat syyllisyyden tunteita ja itsetunnon menetyksiä. Yhdistyneet arabiemiirikunnat 25:llä ja Malesia 26:lla pisteellä ovat yhteisökeskeisiä yhteiskuntia, joissa sitoudutaan omaan sukuun tai vielä laajempaan yhteisöön. Lojaalisuus omaa viiteryhmää kohtaan ohittaa lähes kaikki yhteiskunnalliset säännöt ja määräykset. Työpaikoilla eteneminen tapahtuu vahvasti työviiteryhmän sisällä eikä aina ainoastaan yksilön ansioitumiseen perustuen. Yksilön kokemat loukkaukset aiheuttavat häpeää ja kasvojen menetyksiä. Tarkasteltaessa maskuliinisuutta, 26 pistettä osoittavat Suomen olevan feminiininen yhteiskunta, jossa sulaututaan joukkoon, arvostetaan samanarvoisuutta ja omaa yhteiskunnallista asemaa ei tuoda esiin. (Hofstede Insights 2017b.) Tätä kuvastaa mielestäni hyvin se, että korkeassa asemassa oleva henkilö, kuten presidentti, voidaan tavata kansan parissa arkipäiväisiä asioita hoitamassa. Yhdistyneet arabiemiirikunnat ja Malesia saavat molemmat maskuliinisuudessa 50 pistettä,

joka teoriassa tarkoittaa, että kumpikaan yhteiskunta ei ole selkeästi maskuliininen tai feminiininen (Hofstede Insights 2017b). Hofsteden vertailusta ei käy ilmi se, että käytännössä muslimienemmistöiset maat ovat hyvin maskuliinisia ja miehet ovat arkipäivän toiminnassa päättäjiä. Tällaisten yhteiskuntien kokonaismaskuliinisuutta laskee kuitenkin vahvasti feminiinisuuden lukeutuva, uskonnon sanelema vastuu huolehtia heikommin toimeentulevista muun muassa almujen muodossa. Malesiassa kokonaismaskuliinisuutta laskee myös Yhdistyneitä arabiemiirikuntia kulttuurisesti monimuotoisempi yhteiskunta. Epävarmuuden välttelyn tarve on kolmen maan vertailussa suurin Yhdistyneissä arabiemiirikunnissa, jossa pisteet kohoavat 80:een. Suomen 59 pistettä kertovat hieman paremmasta epävarmuuden siedosta. Ominaista molemmille kulttuureille on sisäinen tarve tehdä töitä, turvallisuuden tärkeys toiminnan vaikuttimena ja tarkkuus ja täsmällisyys käyttäytymisen normeina. (Hofstede Insights 2017b.) Tässä kohtaa tutkimuksellisen ja kokeellisen tiedon välillä on nähtävissä jonkinlainen ristiriita. Arabiemiirikuntien kansalaiset ovat nimittäin kokemusten perusteella useammin myöhässä kuin tarkasti ja täsmällisesti ajoissa sovitussa tapaamisessa. Malesian 36 pistettä kertovat yhteiskunnan sietävän epävarmuutta hyvin. Sääntöjä ei haluta olevan välttämättömästi enempää ja mikäli säännöistä joku lakkaa toimimasta, se tulee muuttaa mahdollisimman pian. Töitä voidaan tehdä lujasti, mutta se ei ole itsetarkoitus. Tarkkuus ja täsmällisyys eivät ole kulttuurisesti luontaisia ominaisuuksia. (Hofstede Insights 2017b.)

Suomalaisen palveluyrityksen kannalta tärkeimpiä asioita ovat Yhdistyneiden arabiemiirikuntien ja Malesian kohdalla valtaetäisyyden ja maskuliinisuuden vaikutus maista tulevien matkailijoiden toimintaan. Korkean valtaetäisyyden maista tulevat odottavat, että suorittavalla tasolla ei ole valtuuksia tehdä päätöksiä ja joidenkin mielestä palveluhenkilöstöä voidaan maksavan asiakkaan ominaisuudessa käskyttää. Minkä tahansa päätöksen tai sopimuksen tekijällä tulee olla tarpeeksi korkea-arvoinen tehtävänimike ja hinnaltaan kalliin palvelun käyttäjä odottaa usein tapaavansa päättävän tason edustajan. Mainittujen maiden ja erityisesti arabimaiden arkipäivän maskuliinisuus ja eri sukupuolten elämän kulkeminen pääosin erillään toisistaan vaikuttavat myös siihen, millaisiksi palvelutilanteet koetaan. Vaikka kaikki sujuisi ulkoisesti hyvin, tilanteet koetaan sujuvammiksi ja miellyttävämmiksi silloin, kun palveluhenkilöstö on samaa sukupuolta ja taas vähemmän miellyttäväksi ja sujuvaksi henkilöstön ollessa vastakkaista sukupuolta. (Khan, Ro, Gregory & Hara 2016, 51–54.)

5 Produkti: Katse islamiin – vinkkejä matkailuyrityksille Suomessa

Opinnäytetyön produktina toteutettiin Business Finland Oy:n Visit Finland -yksikön tilauksesta Katse islamiin – vinkkejä matkailuyrityksille Suomessa -opas. Tässä luvussa käsitellään työn toimeksiantajaa ja taustaa, tutkimusongelmia ja tavoitteita, toteutuksen suunnitelmaa, itse toteutusta ja lopputulosta eli produktia.

Produktin osalta käsitellään sekä sen sisältöä että käydään läpi tuotokselle suoritettujen testauksen arviointikysely tuloksineen. Tuotoksen testilukijoiksi ilmoittautui kaksikymmentä erilaisissa matkailualan tehtävissä toimivaa henkilöä Matkailun Parhaaksi -Facebook yhteisöstä. Testilukijoista yksitoista vastasi arviointikyselyyn.

5.1 Toimeksiantaja ja työtausta

Työn toimeksiantaja Visit Finland on yksi valtio-omisteisen Business Finland Oy:n yksiköistä ja sen tehtävänä on edistää ulkomailta Suomeen suuntautuvaa matkailua. Markkinoitaitoimia tehdään yhdessä muiden matkailuviennin organisaatioiden kanssa sekä paikan päällä halutuilla kohdemarkkinoilla että kotimaassa tuomalla ulkomaisia matkailutoimijoita ja mediaa tutustumismatkoille Suomeen. (Visit Finland 2018b.) Kotimaisten matkailutoimijoiden tukeminen kohti kansainvälistymistä on yksi Visit Finland tärkeimpiä tehtäviä markkinoinnin ohella. Vaativan, kansainvälisen asiakaskunnan makuun soveltuvan tarjonnan varmistaminen on toiminnan keskiössä. Tämä tapahtuu tukemalla yritysten ja alueorganisaatioiden kehitystyötä käytännössä erilaisilla tukityökaluilla kuten opaskirjasilla ja videoilla sekä järjestämällä koulutuksia ja seminaareja. (Visit Finland 2018c.)

Visit Finland vastaa päivittäin eri puolilta maailmaa tuleviin, mitä moninaisimpiin Suomen matkailua koskeviin tiedusteluihin. Talven 2016–2017 aikana yhteydenotoissa nousi esille uusi teema. Useammalta tahoilta tulleissa kyselyissä haluttiin tietää, kuinka hyvin suomalaisissa matkailupalveluyrityksissä jo huomioidaan tai on valmius tarvittaessa huomioida islaminuskoisten matkailijoiden tarpeita. Suurimpana huolena tiedusteltiin halal-ruoan saatavuutta. Samaan aikaan median ja matkailun toimijat Arabian niemimaalta kiinnostuivat Suomesta matkakohteena taustavaikuttimenaan lisääntyneet suorat lentoyhteydet Helsinkiin. Niin Visit Finlandissa sisäisesti kuin Helsinki MarkETINGin, Matkailu- ja Ravintolapalvelut, MaRa Ry:n sekä muutamien pienempien matkailualan toimijoiden kanssa käytyjen keskustelujen jälkeen hahmottui, että muslimimatkailijoiden tarpeita ei vielä juurikaan huomioida. Todettiin myös, että alan toimijoilla ei pääosin ole kovin paljon tietoa islamilaisuuden asettamista vaatimuksista tai muslimimatkailijoiden tarpeista ja mieltymyksistä. Mikään tahoista ei ollut tehnyt tutkimusta asiasta, mutta tuntuma oli kaikilla samanlainen.

Kukaan toimijoista ei ollut myöskään tuottanut matkailun viitekehykseen sovitettua islamilaisuuteen keskittyvää ohjemateriaalia, ja aihetta oli käsitelty suppeasti vain yhdessä ammattikorkeakoulu opinnäytetyössä (Islam & Kärkäinen 2013). Todettiin, että lisätieto islamista ja muslimimatrustajista hyödyttäisi Suomen matkailuelinkeinoa.

Ennen päätöksiä, Visit Finlandissa päätettiin tutkia tarkemmin Arabian niemimaalla olevaa matkustuspotentiaalia. Tätä varten Finpro Oy:n eli nykyisen Business Finland Oy:n Dubain toimisto teki selvityksen erityisesti Yhdistyneissä arabiemiraateissa olevasta potentiaalista ja mahdollisista asiakasryhmistä sekä näiden ryhmien matkustukseen liittyvistä tavoista, tarpeista ja mieltymyksistä. Tämän lisäksi Visit Finlandissa syvennettiin tietoa taapamalla alueen matkailutoimijoita maaliskuussa 2017 Arabian Travel Market -messutaapahtumassa Dubaissa. Tehtyihin selvityksiin perustuen Visit Finlandissa todettiin kevään 2017 lopussa kannattavaksi panostaa muslimimatustailijamarkkinaan erityisesti Arabian niemimaalla. Kohonnut kiinnostus Malesiasta huomioitiin. Samalla todettiin tarve suomalaisia matkailutoimijoita tukevalle, islamilaisuutta avaavalle opasmateriaalille.

5.2 Tutkimusongelmat ja tavoite

Visit Finlandiin saapuneiden tiedustelujen ja käytyjen keskustelujen pohjalta kävi tarpeelliseksi selvittää pääongelmana, mitkä ovat islamilaisuuden periaatteita noudattavien matkailijoiden uskontoon perustuvat tarpeet ja toiveet muslimivähemmistöisessä matkakohhteessa. Tästä juontuivat luontevasti alaongelmat eli se millaisia odotuksia ja toiveita muslimimatrustajilla on matkailupalveluita ja palvelutilanteita ajatellen sekä miten lähtömaan kulttuuri ja tavat vaikuttavat näihin odotuksiin ja toiveisiin. Työ rajattiin koskemaan pääosiltaan Arabian niemimaata. Malesiaa päädyttiin käsittelemään pintapuolisemmin, koska sieltä tulevat matkailijat voivat olla myös muita kuin muslimeja.

Työn tavoitteeksi asetettiin tuottaa opas, jonka avulla työstä hyötyvä kohderyhmä eli suomalaiset matkailutoimijat pystyvät ymmärtämään ja huomioimaan muslimimatustailijoiden tarpeita ja toiveita. Määritellyistä lähtömarkkinoista huolimatta oppaaseen haluttiin yleispätevää tietoa, jota voidaan soveltaa myös muista maista tuleviin muslimimatustailijoihin. Hyödynsaajaksi määritellään tässä matkailuyritys, mutta kaiken lähtökohtana on tietysti matkailija ja hänen kokemuksensa.

5.3 Suunnitelmakuvaus

Opinnäytetyöprojekti alkoi alustavalla tutustumisella aiheeseen ja suullisella sopimuksella toimeksiannosta huhtikuussa 2017. Touko- ja kesäkuussa kirjoittaja etsi aiheeseen liittyviä lähteitä. Otti talteen verkkoaineistoja ja tilasi kirjoja sekä hahmotteli projektille alustavaa

aikataulua. Toimeksiantosopimus allekirjoitettiin kesäkuun alussa. Heinäkuun puolessavälissä alkoi lähdeaineiston lukeminen tietoperustaa varten. Elokuun puolessavälissä oli vuorossa opinnäytetyösuunnitelman teko ja projektin aikataulun viimeistely samoin kuin opinnäytetyöraportin ja produktin hahmottelu otsikkotasolla. Pää- ja alaongelmat tarkennettiin lopulliseen muotoonsa ja sovittiin kahdesta henkilökohtaisesta tiedonannosta tavoitteena hoitaa ne syyskuun lopussa. Opinnäytetyösuunnitelma sai lopullisen muotonsa syyskuun alussa ja ensimmäinen ohjaustapaaminen oli syyskuun loppupuolella. Tilaajan kanssa sovittiin yhteydenpidon tapahtuvan sähköpostilla työn edetessä syksyn mittaan.

Projektin alkuperäisen aikataulun mukaan, nähtävissä liitteessä 1, tavoitteena oli saada produkti valmiiksi viikkoon 50 mennessä joulukuussa. Riskin suunnitelman toteutumiselle aiheuttivat niin kirjoittajan omalle tekemiselle suunnittelema tiukka aikataulu kuin arvio toimeksiantajan työkiireistä. Mahdolliseen viivästymiseen varauduttiin etukäteen kirjaamalla toimeksiantosopimukseen työn valmistumisen takarajaksi huhtikuun 2018 loppu. Tällä haluttiin varmistaa kirjoittajan valmistuminen kesäkuussa 2018. Lokakuun loppupuolella kävi selväksi, että työ ei tule valmistumaan joulukuun mennessä. Tietoperustan kirjoitustyöt etenivät toivetilaa hitaammin ja toimeksiantajalla ei ollut aikaa antaa palautetta produktin otsikkotason sisältöön. Näiden lisäksi toinen sovituista henkilökohtaisista tiedonannoista myöhästyi viikoilla kyseisen henkilön työkiireiden takia.

Tammikuun lopussa opas lähti sekä toimeksiantajalle että ensimmäiseen koelukuun islamilaisuutta ja valittujen lähtöalueiden kulttuureja tunteville matkailualan ammattilaisille. Saadun palautteen perusteella oppaaseen tehtiin lisäyksiä ja muokattiin rakennetta lukijaystävällisemmäksi. Toimeksiantaja antoi palautetta produktiin maaliskuun alkupuolella. Näiden kommenttien perusteella tehtyjen muokkausten jälkeen oppaan päivitetty versio palautui takaisin tilaajalle toiveena edetä nopeasti kohti seuraavaa vaihetta. Tilaajan palautteen viipyessä, opas päätettiin maaliskuun lopussa luettaa olemassa olevassa muodossa testiryhmällä. Testaajiksi ilmoittautui pieni joukko erilaisissa matkailualan tehtävissä toimivia henkilöitä Matkailun parhaaksi -Facebook yhteisöstä. Testiryhmän erittäin hyvien kommenttien ja huomioiden perusteella produktiin tehtiin muutoksia ja lisäyksiä. Tämän jälkeen oli vuorossa oppaan viimeistely.

5.4 Toteutus

Opinnäytetyön tietoperusta lähdettiin rakentamaan islamin opin ja uskonnon perusteiden pohjalle sen takia, että ne muodostavat viitekehyksen muslimien elämälle kaikkialla maailmassa. Islamilaisuutta tunnetaan Suomessa vielä melko vähän ja kirjoittajan huomion mu-

kaan osa käsityksistä perustuu ääri-ilmiöistä syntyneisiin mielikuviin ja vähäisiin asiantietoihin. Tämän takia työn edetessä kirjoittaja päätti käsitellä aihetta laajasti ja löytää asiat, jotka tarjoaisivat matkailuyrittäjille mahdollisuuden aidosti ymmärtää paremmin muslimimatkailijoita. Tämä osuus työstä perustuu pääosin Hämeen-Anttilan (2004; 2017) ja Wainesin (2003) islamilaisuutta käsittelevien käsikirjojen, Palvan ja Perhon (2016) toimittaman Islamilainen kulttuuri sekä Hallenbergin ja Perhon (2010) Ruokakulttuuri islamin maissa teosten pohjalle. Tärkeimmät islamin oppiin ja uskontoon liittyvät tiedot on otettu mukaan oppaaseen otsikoiden Islamiin liittyviä käsitteitä, Pikafaktat islamin maailmasta, Islamin usko lyhyesti, Islamin oppi, Naisen asema islamilaisuudessa ja Ruoka ja juoma alle. Näihin sisältyy muun muassa päivittäiseen uskonnon harjoittamiseen, miesten ja naisten väliinseen kanssakäymiseen ja halal-ruokavalion liittyviä seikkoja, jotka kaikki ovat osa muslimin elämää myös matkoilla.

Seuraavaksi vuorossa oli matkustuksen taustoittaminen niin islamilaisuuden kuin valittujen lähtömarkkina-alueiden viitekehyksessä. Tässä kohtaa vastauksia haettiin siihen, millaisia motivaatiotekijöitä matkustukseen liittyy. Selvityksen alla olivat myös muun muassa kummankin lähtömarkkina-alueen kohdalla matkustajaryhmiin ja matkaostamiseen liittyvät prosessit sekä matkustuksen ajankohdat. Tämä osuus perustuu pääosin Maailman matkailujärjestö, World Tourism Organization eli UNWTO:n (2012; 2013; 2017), Amadeuksen (2016) ja Mastercard & CrescentRatingin (2017) tekemiin tutkimuksiin ja CrescentRatingin (2015) artikkeleihin sekä Tilastokeskuksen (2018) tietoihin. Amadeus on maailman johtava matkailun tietoteknistenjärjestelmien toimittaja (Amadeus IT Group SA). CrescentRating on vuodesta 2008 asti toiminnassa ollut kaupallinen yritys, jonka pyrkimyksenä on olla itsenäinen, maailmanlaajuisesti tunnustettu, matkailupalveluita islamystävällisyyden mukaan luokitteleva virallinen taho (CrescentRating 2018). Tilastokeskuksen (2018) tiedoista nostettiin esiin niin Arabian niemimaan kuin Malesian lähtömarkkina-alueiden matkustajakehitys Suomessa. Matkailuyrittäjille tarpeelliset tiedot siirrettiin oppaaseen otsikoiden Matkustus, Lähtömarkkina-alue – Arabian niemimaa ja Lähtömarkkina-alue Malesia alle.

Tietopohjaa täydennettiin vertaamalla rinnakkain Suomen, Malesian ja Yhdistyneiden arabimaiden kulttuurisia ulottuvuuksia (Hofstede Insights 2017). Kulttuuriset ulottuvuudet ovat toisistaan riippumattomia mieltymyksiä, jotka kuvaavat eri maiden kulttuureja erottavia tai yhdistäviä tekijöitä (Hofstede Insights 2017a). Vaikka yksilöt voivat poiketa omasta viiteryhmästään malli antaa kuitenkin perusteet ymmärtää kuhunkin kulttuuriseen ryhmään kuuluvia henkilöitä ja heidän toimintatapojaan (Hofstede 1992, 17–19). Kirjoittajan mielestä tärkeimmät, matkailuyrityksiä hyödyttävät tiedot on tässäkin kohtaa kirjattu tiivistettynä oppaaseen molempien lähtömarkkinoiden alaotsikoiden Kulttuuriset eroavaisuudet alle.

Tietopohjaa työstäessään kirjoittaja hahmotteli oppaan sisältöä otsikko tasolla ja kirjasi ylös aihepiirejä, joihin tarvittaisiin syventäviä vastauksia valittujen lähtöalueiden islamilaisuutta ja kulttuuria hyvin tuntevilta henkilöiltä. Arabikulttuuria koskeviin lisäkysymyksiin valikoitui vastaajaksi Merja Pollok, joka on uransa aikana asunut ja työskennellyt matkailunparissa useissa eri maissa. Kymmenen vuoden työskentely Yhdistyneissä arabiemiraateissa ja arabiystävät ovat tutustuttaneet Pollokin syvällisesti arabikulttuuriin ja muslimeihin. Talven 2017-2018 aikana Pollok työskenteli freelancerina muun muassa opastaen kansainvälisiä matkailijoita niin Suomessa kuin ulkomailla. Kiinnostus kulttuurien ymmärtämiseen ja vuosien aikana kertynyt osaaminen on johtanut siihen, että Pollok sekä kouluttaa yrittäjiä että käy pitämässä aiheeseen liittyviä vierailijaluentoja muun muassa Haaga-Helia Ammattikorkeakoulussa. (Pollok 3.10.2017.) Malesiasta tiedonantajaksi valikoitui Malesian turistikomission työntekijä Noriah Jaafar, joka oman kulttuurinsa lisäksi tuntee hyvin muun muassa Pohjoismaat menneen Tukholman komennuksensa ajalta. Jaafar vastasi kysymyksiin yksityishenkilönä ja Malesian muslimina, ei työnantajansa edustajana. (Jaafar 27.12.2017.) Pollokin ja Jaafarin vastauksilla täydennettiin oppaan yksityiskohtia lähtöalueittain muun muassa otsikoiden Vetovoimatekijät Euroopassa ja Suomessa, Matkustusajankohta ja matkaseurueen koko, Palvelutilanteet ja Ruoka ja juoma alla.

Kun oppaan sisältö kattoi alun perin ajatellut aihealueet, raakaversio lähetettiin Visit Finlandiin, Helsinki Marketingiin, Pollokille sekä muun muassa Aasian eri kulttuureja tuntevalle Hanna-Leena Halsasille kommentoitavaksi. Halsas on tehnyt uransa aikana erilaisia matkailualan töitä muun muassa Singapore Airlines lentoyhtiössä ja toiminut pitkäaikaisena Tyynenmeren ja Aasian alueen Pacific Asia Travel Association -yhdistyksen puheenjohtajana. Hän käy myös pitämässä vierailijaluentoja Haaga-Helia Ammattikorkeakoulussa Kaakkois-Aasian historiasta ja kulttuurista sekä opastaa freelancerina kansainvälisiä matkailijoita virallisena Helsinki oppaana. Halsasin kanssa sovittiin, että hänen huomioitaan on lupa käyttää oppaassa. (Halsas 11.2.2018.) Lukijoilta saadun palautteen ja huomioiden perusteella oppaaseen tehtiin parannuksia ja toimitettiin päivitettyä tilaajalle. Tähän versioon tilaajalla oli aikaa antaa palautetta, jonka perusteella opasta muokattiin edelleen.

Seuraavaksi produkti toimitettiin luettavaksi Matkailun parhaaksi -Facebook yhteisöstä testilukijoiksi ilmoittautuneille matkailun ammattilaiselle. Osa testiryhmäläisistä on työskennellyt tai työskentelee parhaillaan Arabian niemimaalla tai sieltä tulevien matkailijoiden kanssa. Testiryhmäläisiä pyydettiin lukemaan opas ja vastaamaan sen jälkeen lyhyeen arviointikyselyyn, jonka kysymykset ovat nähtävissä liitteessä 2 ja tulokset käydään läpi ala-

kappaleessa 5.6 Produktin arviointikysely. Oman Tourism Collegessa Muscatissa laatujohtajana työskentelevä Jaana Räisänen lähetti sähköpostilla lisähuomioita, joita sovittiin voitavan käyttää oppaassa (28.3.2018). Kyselyn vastausten ja Räisäsen sähköpostin perusteella oppaan rakennetta selkeytettiin ja ohjeistusta muokattiin. Tämän jälkeen produktin sisältö oli valmis.

5.5 Produktin sisältö

Kokonaisuudessaan liitteessä 3 oleva produkti on jaettu otsikoin ja alaotsikoin kapea-alaisiin osioihin alla olevan luettelman mukaisesti:

- Lukijalle
- Esimerkit Euroopasta
- Islamiin liittyviä käsitteitä
- Pikafaktat islamin maailmasta
- Islaminusko lyhyesti
- Islamin oppi
- Naisen asema islamilaisuudessa
- Islamilainen ajanlasku, kalenteri ja viikko
- Valokuvaaminen, ihmisten ja eläinten kuvat
- Käsitys ylellisyydestä eli luksuksesta
- Matkustus
 - o Alaotsikot: Majoitus, Rukoiluhuone
- Lähtömarkkina-alue – Arabian niemimaa – Arabikansalaiset
 - o Alaotsikot: Matkustajaryhmät, Kulttuuriset eroavaisuudet, Vetovoimatekijät Euroopassa ja Suomessa, Matkustusajankohdat ja matkaseurueen koko, Matkavaraukset, Majoituksen taso, Lomatyytit ja aktiviteetit lomalla, Palvelutilanteet, Sosiaalisen median kanavat, Käsitys ajasta
- Lähtömarkkina-alue – Arabian niemimaa – Varakkaat vierastyöläiset
 - o Alaotsikot: Matkustusajankohdat ja matkaseurueen koko, Matkavaraukset, Majoituksen taso, Lomatyytit ja aktiviteetit lomalla
- Lähtömarkkina-alue – Malesia
 - o Alaotsikot: Kulttuuriset eroavaisuudet, Vetovoimatekijät Euroopassa ja Suomessa, Matkustusajankohdat ja matkaseurueen koko, Matkavaraukset, Majoituksen taso, Palvelutilanteet, Aktiviteetit lomalla, Sosiaalisen median kanavat, Käsitys ajasta
- Ruoka ja juoma
 - o Alaotsikot: Ruoan säilytys ja valmistus, Alkoholi, Ruokatottumukset Persianlahdella ja Malesiassa, Juomat, Jälkiruoat, Ajanvietto, Palvelu ravintolassa, Ruokaan liittyvät tavat
- Muita kanssakäymiseen liittyviä asioita
 - o Alaotsikot: Puheenaiheet, Koira, Arabiankielisiä fraaseja, Seksuaalisuus islamissa
- Muslimeille suunnattuja matkustuksen verkkosivustoja
- Matkailu yrityksen muistilista

Sisällön jaottelu antaa lukijalle mahdollisuuden keskittyä itseään kiinnostavaan sisältöön ja ohittaa tarpeettomaksi kokemansa tieto. Tekstissä käytetään jonkin verran tummennettuja sanoja ja lauseen osia helpottamaan aineiston silmäilyä. Lähdeviitteet on merkitty kuhunkin kappaleeseen tai alakappaleeseen Haaga-Helian lähdeviittaustavasta poikkeavaa

numeroviittausta käyttäen. Numeroviittaukset on avattu lähdeviittauksiksi saman kappaleen tai alakappaleen tekstin loppuun. Varsinainen lähdeluettelo löytyy tuotoksen lopusta otsikon Lähteet alta. Valitulla lähdeviittaustavalla on pyritty siihen, että teksti olisi vähemmän raporttimainen ja helpompi lukea. Tuotoksen lopullinen sisältö, sisällön järjestys ja tapa viitata lähteisiin ovat kaikki kirjoittajan valintoja.

Visit Finlandin vuonna 2013 tuottamaan Katse Kiinaan – Vinkkejä kiinalaisten matkailijoiden kanssa toimimiseen -lehtiseen (Visit Finland 2013) verrattaessa produktin materiaali on laaja. Tämä perustuu siihen, että lähtötilanne markkinoiden ja tiedon tarpeen kesken on erilainen. Kiinalaisia matkailijoita on palveltu Suomessa jo useita vuosia ennen opaslehtisen ilmestymistä ja tavat ja tarpeet ovat siinä vaiheessa olleet tutumpia. Islamilaisuutta uskontona ja sen vaatimuksia ja näkymistä tunnustajiensa elämässä tunnetaan kirjoitushetkellä vähemmän. Tämän lisäksi muslimimatkustajat myös tulevat pääosin uusilta ja vähemmän tunnetuilta lähtömarkkinoilta. Näistä syistä johtuen oppaassa käydään läpi melko laajasti islamiin liittyvää enemmän yleissivistäväksi kuin pelkästään matkailuyrityksille tarpeelliseksi katsottavaa tietoa. Tällaiseksi luetaan niin uskontoa, islamilaista ajanlaskua ja kalenteria kuin ihmisten ja eläinten kuvia koskevat luvut. Islamin oppia ja naisen asemaa käsittelevät luvut taustoittavat muslimin tarpeisiin ja toimintaan liittyviä tietoja. Aineistoon otettiin mukaan myös lyhyt kappale ylellisyyden käsityksestä, koska se on kansainvälisestä näkökulmasta laatuvaatimuksiltaan korkeampi kuin mitä Suomessa osittain edelleen käsitetään.

Asiakastuntemiseen liittyvät aiheet on jaettu islamilaisuudessa yleistettävissä oleviin eli maasta ja kulttuurista riippumattomiin ja lähtömarkkinakohtaisiin asioihin. Islamilaisuuden kirjalliset lähteet ja sharia-laki toimivat perustana niin rukoiluun, puhdistautumiseen kuin sopimattomiin aktiviteetteihin liittyviin yleisiin asioihin. Samaan luokkaan kuuluu myös ruoka, silloin kun sitä käsitellään sallitun halal-ruokavalion näkökulmasta. Ateriatottumukset ja ruokakulttuuri taas ovat lähtömarkkina riippuvaisia. Uskonnollinen näkökulma kattaa periaatteessa myös eri sukupuolten välillä tapahtuvan kanssakäymisen, vaikka siinä tosiasiassa on suuria eroja kulttuurien välillä sen mukaan, kuinka konservatiivisesti maassa suhtaudutaan uskontoon. Kulttuurisidonnaisia ovat myös matkakohteiden vetovoimatekijöiksi koetut asiat, matkustusajankohdat, matkaseurueiden keskimääräinen koko, palvelutilanteiden kokeminen, aktiviteetit lomalla ja aikakäsitys.

Esimerkit muslimille suunnatuista verkkosivustoista ja matkailuyrityksen muistilista lisättiin oppaaseen ensimmäisten palautteiden jälkeen. Yhden esimerkkiverkkosivuston kautta voi varata majoituksia myös Suomessa, ja hotellien on siellä mahdollista listata itsensä muslimille suunnattujen palveluiden tarjoajana. Hotelli voi ilmoittaa tarjoavansa yhden tai

useampia mainituista palveluista; tarjolla halal-ruokaa, alkoholiton minibaari huoneessa, tiedot paikkakunnan halal-ravintoloista saatavissa, rukoussuunta Qibla ja rukousmatto huoneessa. Muut sivustot ovat mukana lähinnä esimerkkeinä ja ajatusten herättelijöinä. Muistilista taas kerää yhteen tärkeimpiä asioita, joista matkailuyrityksen on hyvä tehdä päätös muslimimatikailijoiden kohdalla sekä listaa päätösten jälkeen huomioita kaipaavia asioita.

5.6 Produktin arviointikysely

Produktia testattiin antamalla se luettavaksi joukolle matkailualan ammattilaisia. Testaajiksi ilmoittautui 20 Matkailun Parhaaksi -Facebook yhteisön kuuluvaa, erilaisissa matkailualan tehtävissä toimivaa henkilöä. Vastaajia houkuteltiin testiryhmään lahjakorttiarvonnalla. Yhteystietonsa jättäneiden vastaajien kesken arvottiin 50 euron suuruinen lahjakortti voittajan valitsemaan kaupparyhmään. Testaajia pyydettiin lukemaan opas ja vastaamaan sen jälkeen lyhyeen arviointikyselyyn, jonka kysymykset ovat nähtävissä liitteessä 2.

Produktin arviointikysely suoritettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Kvantitatiivisella tutkimuksella selvitetään luvuin ja prosenttiosuuksin mitattavissa olevia asioita. Vastaajien otoksen tulisi tällöin olla tarpeeksi suuri ja edustaa ryhmää, jossa tutkimus suoritetaan. Aineistoa eli vastauksia kerätään yleensä tutkimuslomakkeella, jossa on annettu valmiit vastausvaihtoehdot. Tulokset ovat numeerisia, joten niiden havainnollistamiseen voidaan käyttää taulukoita tai kuvioita. (Heikkilä 2014, 15.) Suunnitelmallisessa kysely- eli survey-tutkimuksessa, kuten tämä produktiin kohdistuva arviointikysely, vastaajia eli tutkittavia on yleensä iso joukko (Heikkilä 2014, 17). Matkailun parhaaksi -yhteisöön kuuluu 1058 matkailunklusterin eri toimialoilla ja eri tehtävissä toimivaa matkailunammattilaista. Toiveena oli saada vastaajiksi 2-3 prosenttia ryhmän jäsenistä. Arviointikyselyyn ilmoittautui vastaajiksi 20 eli noin 1,8 prosenttia ja kyselyyn vastasi 11 henkilöä eli noin 1 prosentti koko ryhmästä. Vastaaja joukko jäi siis varsin pieneksi.

Tutkimuksen valideetti eli pätevyys tarkoittaa sitä, että tutkimus mittaa juuri sitä, mitä sillä halutaan mitata. Tällöin tutkimuksessa ei ole systemaattista virhettä ja mittauksen tulokset ovat keskimäärin oikeita. Jotta tutkimuksesta tulisi validi, perusvastaajajoukon tulisi olla tarkkaan määritelty, otoksen edustava ja vastausprosentin korkea. (Heikkilä 2014, 27.) Tehdyllä arviointikyselyllä haluttiin tutkia materiaalin käyttökelpoisuutta ja sisällön tarpeellisuutta ja hyödynnettävyyttä matkailuyrityksissä. Tutkimuksen kysymykset laadittiin nämä asiat mielessä pitäen. Kysymysten osalta tehtävässä onnistuttiin. Otoksen edustavuus on

todettavissa, jos kriteeriksi asetetaan vastaajan toimiminen matkailualalla. Jos taas kriteeriksi asetetaan koko ryhmää vastaava edustus matkailunklusterin sisältä, otoksen edustavuutta ei voida varmistaa. Arviointikyselyn validiteetti ei siis ole yksiselitteinen.

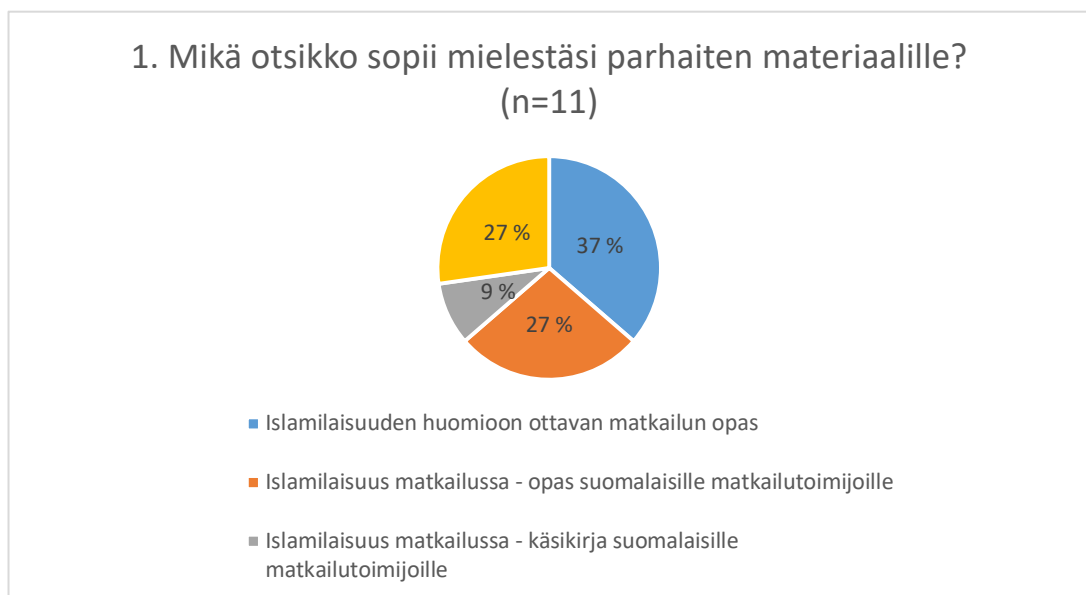
Tutkimuksen reliabiliteetilla eli luotettavuudella käsitetään tulosten tarkkuutta. Tulosten ei pitäisi olla sattumanvaraisia, jollaisiksi ne muuttuvat silloin kun otoskoko on pieni. Kohde-ryhmän tulisi myös edustaa tutkittavaa perusjoukkoa. (Heikkilä 2014, 28.) Arviointikyselyn vastaajajoukko oli pieni, mutta ilmoittautumisten yhteydessä kerrotuissa perusteluissa annettujen tietojen mukaan vastaajat työskentelevät erilaisissa yrityksissä ja tehtävissä matkailualalla. Tätä ei kuitenkaan kysytty taustakysymyksenä lomakkeella, joten tieto ei tutkimuksellisesta näkökulmasta ole luotettava. Perusjoukon jakautumista matkailualan eri klustereihin ei ole tiedossa, joten vastaajien edustavuutta ei olisi voitu taustakysymyksen avulla luotettavasti todentaa. Näihin perustuen arviointitutkimus ei ole kovin luotettava. Luotettavuutta nostaa kuitenkin se, että kaikki vastaajat työskentelevät matkailualalla.

Arviointikyselytutkimus toteutettiin Webropol-kyselytutkimustyökalulla tuotetulla sähköisellä kyselylomakkeella, jossa kysymyksistä viisi oli strukturoituja ja kolme avoimia. Verkkoympäristössä tapahtuvassa kyselytutkimuksessa vältetään avointen kysymysten käyttöä, koska niihin jätetään usein vastaamatta (Heikkilä 2014, 18). Tässä arviointikyselyssä kyselyyn vastanneista 11 henkilöstä, ensimmäiseen avoimeen kysymykseen vastasi kahdeksan, toiseen kuusi ja kolmanteen yhdeksän eli 70, 54 ja 81 prosenttia vastaajista. Kyselyä laadittaessa luotettiin siihen, että vastaajien ryhmä on oman alansa kehitykseen liittyvissä kysymyksissä aktiivinen ja haluaa vaikuttaa. Avoimista kysymyksistä toivottiin vastauksia asioihin, joita ei osattu ajatella etukäteen. Oletamus toimi hyvin ja avoimista vastauksista saatiin todella arvokasta tietoa, josta osa hyödynnettiin jo tässä materiaalissa ja osa toivottavasti voidaan hyödyntää tulevilla versioilla.

Kysymykset rakennettiin mahdollisimman selkeiksi, yksiselitteisiksi ja oppaan toimivuutta mittaaviksi. Strukturoitujen kysymyksen vastausvaihtoehdot olivat pääosin ”Kyllä”, ”En osaa sanoa” ja ”Ei, miksi?” tai ”Ei, se häiritsee, tekisin toisin”. Kolmas vastausvaihtoehto salli vastaajan näkemyksen tai mielipiteen kirjaamisen vapaaseen tekstikenttään. Yhdessä strukturoidussa kysymyksessä oli annettu kolme vastausvaihtoehtoa ja neljäntenä vastausvaihtoehtona tarjottiin vapaan tekstikentän sisältävä ”Joku muu, mikä?”. Strukturoiduista kysymyksistä saadut vastaukset käsiteltiin tilastollisesti (Virtuaali ammattikorkeakoulu) ja on tuotu havainnollistavina kuviona raporttiin. Kaikki avoimet vastaukset, myös strukturoitujen kysymysten vapaiden tekstikenttien vastaukset, analysoitiin teemoittamalla.

Testilukijoiksi ilmoittautuneista 20 henkilöstä 11 eli 55 prosenttia vastasi kyselyyn. Vastajista osa on työskennellyt tai työskentelee parhaillaan Arabian niemimaalla tai sieltä tulevien asiakkaiden kanssa. Vastajia rohkaistiin halutessaan antamaan lisäpalautetta sähköpostilla. Tähän mahdollisuuteen tarttui yksi henkilö. Palautetta hyödynnettiin produktissa.

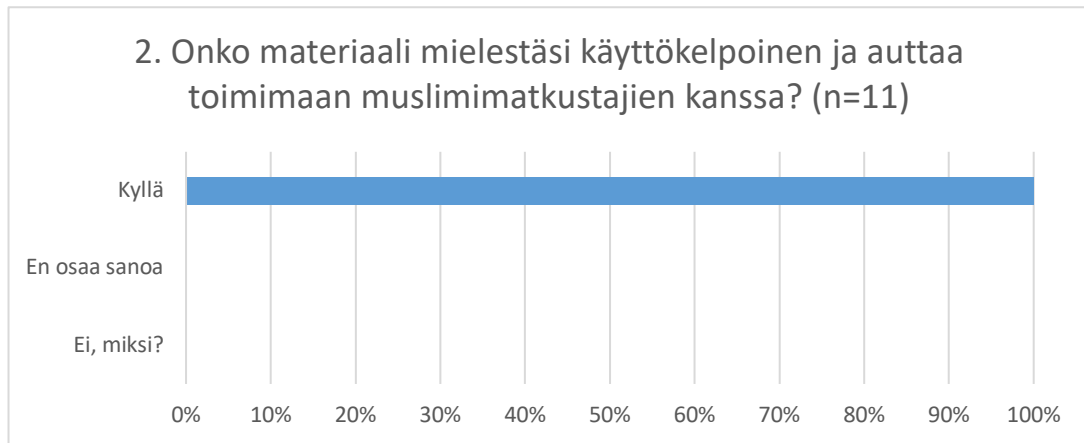
Ensimmäisen kysymyksen ”Mikä otsikko sopii mielestäsi parhaiten materiaalille?” valmiiksi tarjotuista vaihtoehdoista ”Islamilaisuuden huomioon ottavan matkailun opas” sai hienoisesti enemmän kuin ”Islamilaisuus matkailussa – opas suomalaisille matkailutoimijoille” ja ”Joku muu, mikä” vaihtoehdot. ”Islamilaisuus matkailussa – käsikirja suomalaisille matkailutoimijoille” vaihtoehtoa kannatti yksi vastaajista. Nämä ovat nähtävissä kuviossa 4.



Kuvio 4. Vastausten jakautuminen kysyttäessä sopivinta nimeä oppaalle

Joku muu, mikä -vastauksen otsikkoehdotukset olivat hieman erilaisia muunnelmia kolmesta annetusta vaihtoehdosta. Jälkeenpäin ajatellen, kysymys olisi kannattanut esittää avoimena eli antaa vastaajien ilman johdattelua ehdottaa materiaalille omasta mielestään sopivaa nimeä. Pohdinnan jälkeen produktin nimeksi valikoitui kyselylomakkeella tarjottujen vaihtoehtojen ulkopuolelta Visit Finlandin Katse Kiinaan -lehtistä (Visit Finland 2013) mukaillen ”Katse islamiin – vinkkejä matkailuyrityksille Suomessa”.

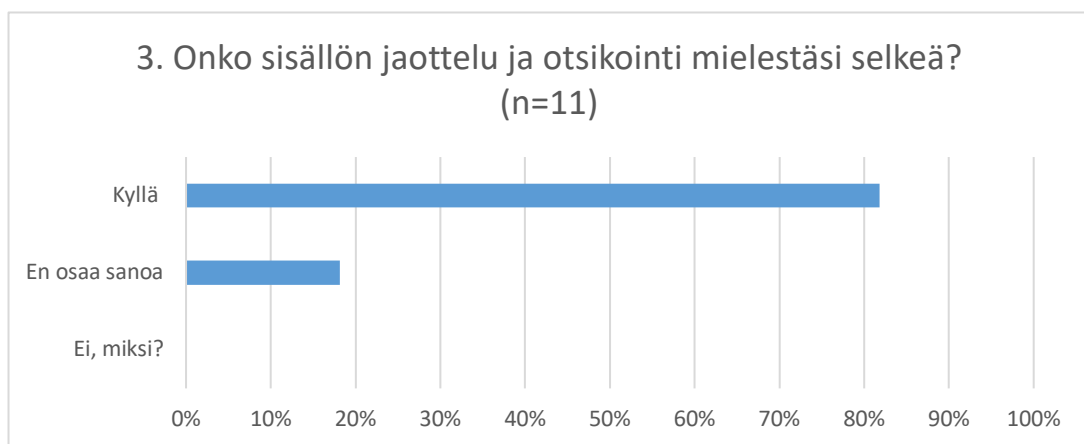
Lomakkeen toiseen ”Onko materiaali mielestäsi käyttökelpoinen ja auttaa toimimaan muslimimatkustajien kanssa?” kysymykseen kaikki 11 vastasivat kyllä, nähtävissä kuviossa 5.



Kuvio 5. Vastausten jakautuminen kysyttäessä materiaalin käyttökelpoisuudesta

Vastaajien yhtä mielisyyttä käyttökelpoisuudesta oli rohkaiseva palaute, vaikka tässä kohdassa olisi odottanut jonkun vastanneen kielteisistä. Tämä siksi, että avoimessa palautteessa mietittiin sisällön painotusten oikeellisuutta modernin islamilaisuuden näkökulmasta.

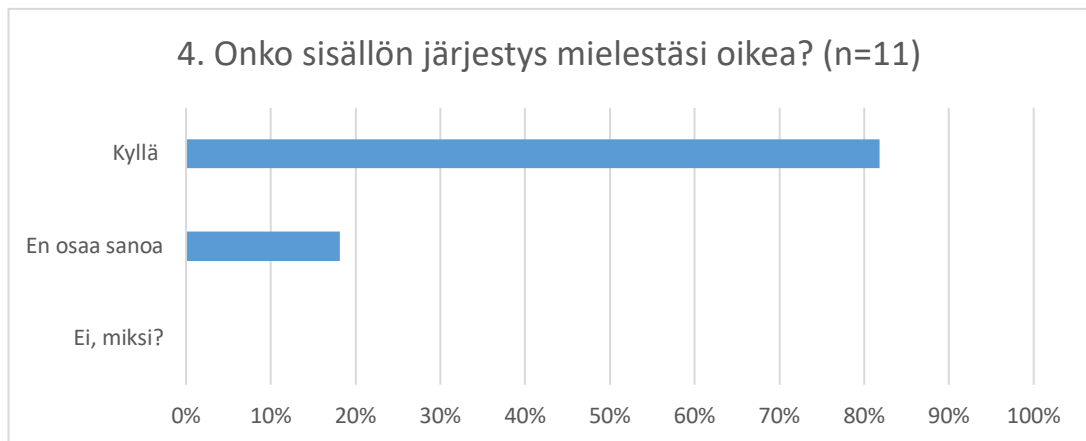
Kolmannen kysymyksen ”Onko sisällön jaottelu ja otsikointi mielestäsi selkeä” kohdalla 10 henkilöä vastasi ”kyllä” ja yksi henkilö ”en osaa sanoa”, nähtävissä kuviossa 6.



Kuvio 6. Vastausten jakautuminen kysyttäessä sisällön jaottelusta ja otsikoinnista

Vastaajien yhtä mielisyyttä tuotoksen selkeydestä vahvistaa ajatusta materiaalin käyttökelpoisuudesta. Tähän ja edelliseen kysymykseen annetut vastaukset ovat kirjoittajalle erityisen arvokkaita sen takia, että produktin tilaaja ei ole ennättänyt antaa työstä juurikaan palautetta. Annetut vastaukset viittaavat siihen, että tuotos tulee yrittäjien käsiin päätyessään auttamaan muslimimatrustajien kohtaamisessa.

Lomakkeen neljänteen kysymykseen ”Onko sisällön järjestys mielestäsi oikea?” yhdeksän vastasi ”kyllä” ja kaksi ”en osaa sanoa”. Nämä nähtävissä kuviossa 7.



Kuvio 7. Vastausten jakautuminen kysyttäessä sisällön järjestyksen oikeellisuudesta

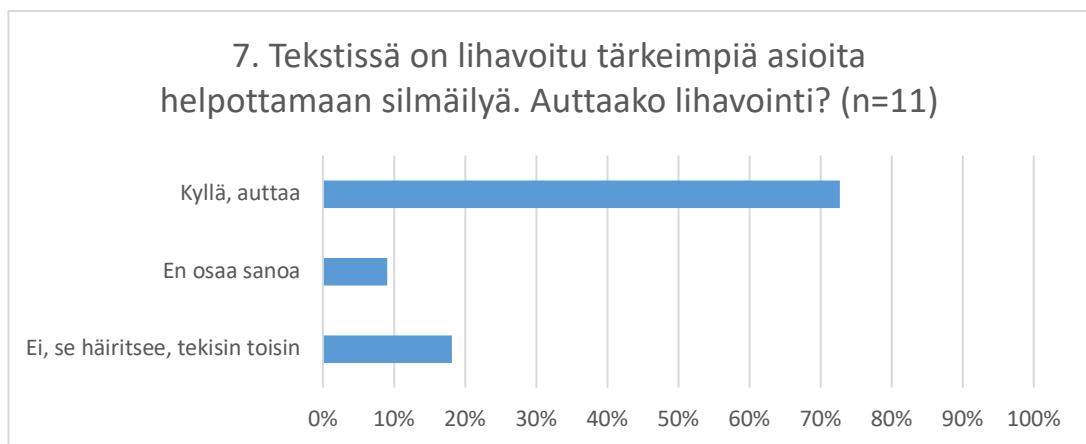
Päätelmä tässä kohtaa on, että sisällön järjestys on oikea tai järjestyksellä ei ole kovin suurta merkitystä, koska otsikot ohjaavat lukijaa ohittamaan itselle mahdollisesti tarpeettoman sisällön.

Lomakkeen viidenteen avoimeen kysymykseen ”Mitä sisältöä materiaalista mielestäsi puuttuu?” vastasi kahdeksan henkilöä yhdestätoista. Vastauksista nousi esiin muutamia yhtenäisiä teemoja. Kahdessa vastauksessa kaivattiin maltillisemman, modernimman islamilaisuuden nostamista esille. Erittäin tärkeä ja hyvä huomio eettistä näkökulmaa ajatellen. Tämä huomioitiin produktissa korjaamalla sanamuotoja ja vahvistamalla viestiä yksilöiden erilaisuudesta ja korostamalla eroa konservatiivisen ja modernin islamilaisuuden välillä. Kaksi vastaajista kaipasi konkreettisia esimerkkejä siitä, miten jo olemassa oleva tuote muutetaan muslimeille sopivaksi. Tässä kohtaa konkreettisen tekemisen tarkat esimerkit päätettiin jättää pois. Tämä osaksi ajanpuutteen vuoksi sekä siksi, että suurin osa olemassa olevista retki- ja aktiviteetti tekemisistä ovat sellaisenaan soveltuvia, kunhan huomioidaan muutama produktissa jo mainittu pieni yksityiskohta esimerkiksi eläimiä ja saunomista koskien.

Lomakkeen kuudenteen avoimeen kysymykseen ”Mitä sisältöä materiaalissa ei mielestäsi tarvita?” kuudesta vastaajasta kolme oli sitä mieltä, että koko sisältö on tärkeä. Yksi vastaajista piti kappaletta ”Islaminusko lyhyesti” turhana. Toinen vastaajista varoitti koraanin ja islaminuksen esittelyn olevan liian määräävässä osassa ja hotelleille ja ravintoloille annettujen ohjeiden kuulostavan radikaaleilta. Kolmas totesi jälkisanojen voivan aiheuttaa väärin ymmärtämystä nykypäivän modernia islamilaisuutta ajatellen. Kaikki huomiot olivat erittäin tärkeitä. Oppaassa oleva, islamilaisuuden vaikutuksia ja näkymistä muslimien elämässä avaava tieto perustuu pääosin useampaan eri lähteeseen, joista osa on arvostettu-

jen islamiasiantuntijoiden kirjoittamia tietoteoksia. Vaikka tieto ei sellaisenaan koske kaikkia muslimeita nykypäivänä, mainittuihin lähteisiin perustuen kirjoittaja näkee näillä sisällöillä olevan perustellun paikkansa oppaassa. Islaminusko -kappale jätettiin oppaaseen, koska se auttaa ymmärtämään islamilaisuutta, mutta kappaleen voi helposti ohittaa ja jättää lukematta. Koraani ja usko ovat tärkeä osa islamilaisuuden perusteita, joten niitten osuutta ei enempää tiivistetty. Tuotoksessa käytettäviä sanamuotoja ja ilmaisuja kuitenkin muokattiin, jotta yksilöiden erilaisuus ja monimuotoinen suhtautuminen asioihin korostuisi. Ohjeet hotelleille ja ravintoloille perustuvat niin kirjallisiin lähteisiin kuin henkilökohtaisiin tiedonantoihin, joten niitä muokattiin vain hieman sanamuotojen osalta. Jälkisanat päätettiin jättää pois kokonaan siirtäen muutamia kohtia alun ”Lukijalle” kappaleeseen. Kaikilla muutoksilla pyrittiin selkeyttämään viestiä, sillä produktin ei ole tarkoitus aiheuttaa hämmennystä vaan jakaa tietoa ja selventää asioita.

Kysymyksessä seitsemän tiedusteltiin ”Tekstissä on lihavoitu tärkeimpiä asioita helpottamaan silmäilyä. Auttaako lihavointi?”. Vastausvaihtoehdon ”Kyllä, auttaa” valitsi yhdestätoista kahdeksan. Yksi vastasi ”En osaa sanoa”. ”Ei se häiritse, tekisin toisin” vastasi kaksi, joista molemmat kaipaivat kappaleiden loppuun faktalaatikoita lihavoidun tekstin sijaan. Vastausten jakautuminen on nähtävissä kuviossa 8.



Kuvio 8. Vastausten jakautuminen kysyttäessä lihavoinnista silmäilyä helpottamassa

Kappaleet ovat pääosin lyhyitä, joten erillisen faktalaatikon lisääminen olisi tehnyt rakenteesta raskaan ja siksi niitä ei lisätty aineistoon. Sisällön rakennetta muokattiin kuitenkin niin, että lihavointeja voitiin vähentää ja jättää ne typistettyinä pääosin vain pitempiin kappaleisiin.

Avoimessa kysymyksessä kahdeksan vastaajaa pyydettiin antamaan ”Muuta palautetta?”. Kysymykseen vastasi yhdeksän vastaajaa yhdestätoista. Vastaajista viisi oli sitä mieltä, että aineisto on hyvä ja käyttökelpoinen, jopa selkeä ja aihetta on käsitelty monipuolisesti.

Yksi kaipasi islamilaisuuden modernimman näkökulman parempaa esiintuomista, joka oli tuotu esiin myös kysymyksessä viisi. Palautteet huomioitiin muuttamalla produktin sanamuotoja. Yksi piti aineistoa liian suppeana, jotta sitä voisi kutsua nimellä opas ja kaipasi aineistoon mukaan konkreettista haastattelua islamtaustaisesta yrittäjästä, asiakkaasta tai matkanjärjestäjästä, niin että haastattelu olisi yksi kappale produktissa ei vain tausta-aineistoa. Produktia ei tässä vaiheessa resurssi ja aikataulu syistä pystytty enää laajentamaan toivotulla haastattelulla, joten se jätettiin odottamaan mahdollisia tulevia versioita. Yksi vastaajista kaipasi konkreettista esimerkkiä tällä hetkellä olemassa olevan ympäristön ja tuotteen muuttamisesta muslimi -ystävälliseksi. Produktissa on vinkkejä tärkeimmistä huomiota vaativista asioista, joten tässä kohtaa toivottua esimerkkiä tuotteen muuttamisesta ei otettu mukaan materiaaliin. Tämäkin toive jää odottamaan oppaan mahdollista seuraavaa versiota.

Arviointikyselyyn vastasi vain 11 henkilöä, joten kyselyn luotettavuus on varsin alhainen ja voidaan lukea arviointikyselyn puutteeksi. Puutteeksi voidaan lukea myös se, että lomakkeella ei kysytty taustatietona vastaajan islamilaisuuden aikaisemmasta tuntemuksesta. Tätä ei kysytty sen takia, että testiryhmään ilmoittautuneet perustelivat osallistumishalunsa ilmoittautumisvaiheessa joko islamilaisuutta tuntevina tai ei tuntevina. Tulosten luotettavuuden kannalta taustakysymys olisi pitänyt olla lomakkeella, jotta vastauksia olisi voinut taulukoida ristiin kulttuurin tuntemuksen kanssa.

Testaaminen tekee produktista joka tapauksessa luotettavamman verrattuna testaamatta jättämiseen. Luotettavamman produktista tekee myös se, että vastaajissa oli mukana islamilaisia kulttuureja tuntevia henkilöitä ja annetut vastaukset olivat pääosin yhteneväiset koko vastaajajoukon kesken. Erityisen tärkeää on se, että materiaali koettiin kaikkien 11 vastaajan keskuudessa yksimielisesti käyttökelpoiseksi, vaikka siihen toivottiin muutoksia painotusten osalta.

5.7 Yhteenveto

Produkti on toteutettu pitkälti islamilaisuuden yleisluontoisia, uskontoon pohjaavia periaatteita esiin tuoden. Osassa Persianlahden maista uskontoon suhtaudutaan rennommin kuin toisissa, ja osassa maita eri sukupuolten elämä kulkee vähemmän erillään kuin tiukimmin islamilaisissa maissa. Yleisluontoisuuden voi näin ollen nähdä oppaan puutteena. Seuraavassa vaiheessa, kun Persianlahden eri maista Suomeen saapuvien matkustajien määrä on kasvanut, on tarpeellista keskittyä tarkastelemaan kutakin alueen maata erikseen. Yhdistyneiden arabiemiraattien ja Saudi-Arabian kansalaiset muodostavat toiseksi pääosan Suomeen Persialahdelta saapuvista muslimimatkustajista. Näistä Saudi-

Arabia on keväällä 2018 yksi islamilaisuuteen konservatiivisimmin suhtautuvista kulttuureista, vaikka suunta sielläkin on jo kohti modernimpaa yhteiskuntaa. Islamilaisuuden kirjallisiin lähteisiin ja sharia-lakiin pohjaavat uskon periaatteet ja tarpeet on syytä tuntea, vaikka kaikki muslimit eivät niitä nyt ja tulevaisuudessa tarkasti noudattaisikaan. Tähän liittyen, oppaassa todetaan, että kunkin yrityksen on päätettävä, millaista islamilaisuuden huomioivaa palvelutasoa tulee tarjoamaan ja kuinka tarkasti haluaa asiakkaan tarpeita huomioida. Samoin todetaan, että nämä mainitut asiat tulee kertoa asiakkaalle palveluita tarjotessa ja tiedustella tämän toiveita varausvaiheessa. Nämä ovat asioita joita ei tule ohittaa, vaan niistä on tehtävä tietoiset päätökset. Mikäli asiakas tarvitsee laajempaa palvelua kuin yrittäjä on kykenevä tai halukas tarjoamaan, asiakkaan voi ohjata eteenpäin tarpeita vastaavaan yritykseen.

Oppaassa on useita keväällä 2018 voimassa olevia verkkosivuosoitteita sekä joitakin kuvakaappauksia sivustoilta. Tämä tieto tulee vanhenemaan nopeasti ja vaatinee päivitystä varsin lyhyellä aikavälillä. Opas olisi sen takia tärkeää saada tallennettua verkkoympäristöön muodossa, jota hallinnoijan on helppo ja nopea päivittää. Työn loppuvaiheessa on vielä epäselvää, miten opasta hallinnoidaan jatkossa, ja siksi sen hyödynnettävyys tulevaisuudessa on auki.

Islamilaisuuden perusasiat eivät muutu, vaikka kulttuureissa tapahtuu kehitystä. Tästä hyvä esimerkki ovat Hämeen-Anttilan (2004; 2017) ”Islamin Käsikirja” ja sen uudempi versio ”Islamin Uusi Käsikirja”, jota on päivitetty pääasiassa lisäämällä viime vuosien tapahtumia selittäviä lukuja. Tämä kehitys ja muslimimatkailijoiden määrän kasvu taas varmasti vaikuttavat siihen, mitä produktilta jatkossa kaivataan. Todennäköisesti tarvitaan tietoa uusista aihepiireistä tai vähintäänkin eri tavalla painotettua sisältöä. Koko Suomen matkailun kannalta olisi hyvä, että yrittäjät jakaisivat muslimimatkailijoista opitun tiedon yhteisesti sovitussa muodossa ja kanavassa, ja tuotoksen hallinnoija päivitettäisi tiedot oppaaseen.

6 Pohdinta

Työn tavoitteeksi asetettiin tuottaa opas, jonka avulla suomalaiset matkailutoimijat ymmärtävät muslimimatkailijoita ja pystyvät huomioimaan heidän tarpeitaan ja toiveitaan toiminnassaan. Tilaajan eli Visit Finlandin palautteen vähäisyys prosessin aikana on aiheuttanut epävarmuutta, jota on poistanut oppaan testaajien antama palaute. Oppaan tulevaisuuden kannalta olisi tärkeää, että produktilla olisi yksi omistaja ja jakelija, joka myös vastaisi sen päivittämisestä. Työn viime metreillä tämä asia on vielä auki. Produktilla on mahdollisuus jäädä vajavaisesti hyödynnetyksi tuotokseksi.

Tietoperustassa lähdin käsittelemään varsin laajasti islamilaisuutta ja muslimin elämää. Tämä siksi, että kokemukselliseen tietoon perustuen islam uskontona vaikuttaa kaikkien muslimien elämään, vaikka sen merkittävyys vaihtelee. Tätä ajatellen kokoamani tietoperusta kohtaa käytännön hyvin. Osuus Islamin synty selittää profeetta Muhammadin tärkeyden muslimeille ja sen, mikä Mekka on ja miksi rukoussuunta on tärkeä tietää myös matkoilla. Islaminuskon lähteissä on perusta islamin maissa noudatettavalle sharia-laille, josta löytyvät vastaukset sekä arkipäiväisiin pulmiin että uskonnollisiin kysymyksiin. Laki näkyy vahvasti muslimin jokapäiväisessä elämässä, koska se on taustavaikuttajana niin ruokaan, pukeutumiseen kuin naisen asemaan liittyvissä asioissa. Islamin oppi määrittää velvoitteita, joita uskova suorittaa päivittäin, kuukausittain, vuosittain tai kerran elämänsä aikana. Velvollisuuksista näkyvin on viisikertaa päivässä toistuva rukous, vaikka kaikki eivät rukoushetkiä matkustaessaan tarkasti noudata. Islamilainen käsitys likaisuudesta ja puhtaudesta selittää muslimien odotuksia niin majoitus- ja wc-tilojen kuin kulkuneuvojen fyysisestä puhtaudesta. Sieltä löytyy myös selitys tarpeelle puhdistautumiseen ennen jokaista rukoushetkeä.

Tietopohja valottaa muslimin elämää ja miesten ja naisten rooleja islamilaisuudessa. Miehet näkyvät päättäjinä ja asioiden hoitajina perheestä ulospäin, kun taas perheen sisällä päättäjiä ovat naiset. Naiset vaikuttavat hyvin vahvasti siihen, mihin ja miten perheet matkustavat ja mitä matkoilla tehdään. Naisen aseman tarkastelu auttaa ymmärtämään pukeutumiseen liittyviä asioita ja erityisesti pään tai kasvot peittävän hunnun merkitystä niitä kantaville naisille. Kasvonsa peittämään tottunut haluaa kasvojen paljastusta vaativien tilanteiden hoitamista kunnioittaen. Islamilaisuuden perusteiden mukaan naisen ei tule olla yksi samassa tilassa perheeseen kuulumattomien miesten kanssa ja myös kosketusta tulee välttää. Se kuinka tiukasti näistä uskonnon asettamista vaatimuksista islamvähemmistöisessä ympäristössä pidetään kiinni, riippuu asiakkaasta, mutta ainakin hänelle tulee an-

taa mahdollisuus noudattaa uskontonsa ohjeistusta. Islamilaisuus ja ruoka osuus syventää tietoa halal-ruokavalion perusteista, joista alkoholikieltoon osa muslimimatkustajista ottaa mielellään etäisyyttä ainakin matkustaessaan. Kulttuuriset ulottuvuudet osio taas avaa Suomen ja lähtömarkkinoiden kulttuurisia eroja, jotka vaikuttavat asiakkaiden toimintaan ja voivat näkyä palvelutilanteissa.

6.1 Projektin ja produktin luotettavuus

Opinnäytetyö ja itse produkti perustuvat pääosin tietoteosten, tutkimusten ja verkkoaineistojen tietoihin. Osa käytetystä tutkimusaineistoista perustuu vaatimattomaan tai erittäin pieneen otokseen halutusta kohderyhmästä. Erityisesti Malesiaa koskevat otokset ovat pieniä, tutkimus- ja tilastomateriaalia on saatavilla niukasti ja vastaajien jakauma kansalliseen jakaumaan verrattuna jää osin epäselväksi. Tämän takia työn luotettavuutta voidaan kyseenalaistaa. Työn kirjoittaja on kuitenkin pyrkinyt varmistamaan tietojen oikeellisuuden, jossa avuksi on ollut oma, vaikkakin kapea, matkailualalla hankittu islamilaisuuden ja molempien lähtömarkkina-alueiden tuntemus sekä aineistoa syventämään hankitut henkilökohtaiset tiedonannot.

Osa produktissa käytetyistä tiedoista pohjaa Maailman matkailujärjestön, UNWTO:n, jo vuonna 2012 julkaisemaan tutkimukseen, joten osan tiedoista voi ajatella olevan vanhene-massa (UNWTO 2012). Numeraaliset luvut ja prosenttiosuudet pitää siksi käsitellä vain suuntaa ja suuruusluokkia antavina niiltä osin kuin niille ei ole annettu muuta, tuoreempaa tietolähdettä. Työssä käytetyt tietoteokset ovat julkaisuvuosiltaan tuoreempia ja yleistietojen vastaavuus vuoden 2012 tutkimuksen kanssa osoittaa, että islamilaisuuden perusteissa ei ole tapahtunut muutoksia. Tätä tukevat myös CrescentRatingin (2015; 2016) verkkoaineistot.

Persianlahden alueella on useita, toisistaan tietyiltä osin poikkeavia maita. Islamilaisuuden perusteet ovat kirjallisten lähteiden pohjalta samat, mutta osassa maista suhtautuminen uskontoon on konservatiivisempaa ja osassa taas hyvin paljon modernimpaa. Produktissa yritetään muistuttaa lukijaa muslimimatkustajien erilaisuudesta ja yksilöittäin vaihtelevista tarpeista. Perusteet tuodaan kuitenkin esiin konservatiivisemmasta näkökulmasta, jotta lukija ymmärtäisi uskontoon pohjaavat tarpeet, vaikka kaikki tulevat asiakkaat eivät niitä noudattaisi. Tältä osin tuotos ei ole täysin yksiselitteinen ja saattaa heikentää tuotoksen luotettavuutta. Luotettavuutta heikentää periaatteessa myös se, että produktin arviointikyselyyn vastasi lopulta vain yksitoista henkilöä. Mielestäni testaus tekee produktista pienel-läkin testaajamäärällä luotettavamman kuin testaamatta jättäminen.

6.2 Johtopäätökset ja ehdotukset jatkoa varten

Yksi tärkeimpiä asioita on oppaan käytettävyys jatkossa. Ohjemateriaaliin tulisi päästä kärsiksi helposti eli se olisi hyvä olla tarjolla verkkoaineistona. Asiakasmäärien kasvaessa islamilaisuutta ja eri lähtömarkkinoilta saapuvia matkailijoita opitaan tuntemaan paremmin. Tätä opittua tietoa tulisi pystyä käyttämään ensin nyt tuotetun oppaan tietojen päivittämiseen ja tulevaisuudessa lähtömarkkinakohtaisten oppaiden tekemiseen. Olisi tärkeää saada matkailuyrittäjät toimimaan yhdessä ja antamaan palautetta sovittuja kanavia pitkin. Oppaan rakenne tulee myös muuttumaan oppimisen myötä ja yleissivistävän tiedon osuutta voitaneen myöhemmin pienentää.

Arviointikyselyn palautteissa oppaan osaksi kaivattiin lisää konkreettisia esimerkkejä. Maininnan saivat islamilaistaustaisen yrittäjän haastattelu sekä olemassa olevan ympäristön ja tuotteen muuttaminen muslimi -ystävälliseksi. Näitä esimerkkejä ei pystytty työhön varattujen resurssien puitteissa tällä kertaa toteuttamaan, mutta tilaajan kannattaa miettiä niiden sisällyttämistä oppaan mahdolliseen seuraavaan versioon.

Sveitsin Interlakenissa on onnistuttu houkuttelemaan toivottua asiakaskuntaa Arabian niemimaalta. Onnistuminen perustuu alueen yrittäjien tiiviiseen yhteistyöhön kohti yhteistä päämäärää. (Atmani 2017.) Suomi on kohteena pieni, joten on erittäin tärkeää, että yrittäjät, alueorganisaatiot ja Business Finlandin Visit Finland -yksikkö yhdessä sopivat linjat tuleville toimille, jos näin ei jo ole. Ihanne tilanteessa toimijat yhdessä kokoavat kunkin asiakasryhmän vaatimustasoa vastaavat, aluerajat ylittäviä ja jopa koko maan kattavia tuotekonaisuuksia ja ohjelmaehdotuksia. Joukkovoima tulisi hyödyntää myös verkkomaailmassa. Yhdessä toteutettu muslimimatkustajille suunnattu arabian- ja englanninkielinen verkkosivusto voisi olla erittäin nopeasti itsensä takaisin maksava sijoitus.

6.3 Opinnäytetyöprosessi ja oma oppiminen

Opinnäytetyön projektin alkuperäinen aikataulu oli varsin tiukka, mutta toteuttamiskelpoinen. Varautuminen työn venymiseen ja sen kirjaaminen toimeksiantosopimukseen myöhemmänä työnvalmistumistakarajana osoittautui hyväksi päätökseksi. Pakottavan aikaisemman päivämäärän puuttuminen johti tosin työn ajoittaiseen syrjään siirtämiseen. Näiden lepotaukojen voi kuitenkin nähdä jalostaneen sisältöä laadukkaampaan suuntaan. Kokonaisuuden kannalta aikataulu oli lopulta onnistunut, vaikka se poikkesi toivetilasta. Tulevaisuuden projekteja ajatellen, tämä työ opetti varaamaan jo suunnitteluvaiheessa mahdollisuuksien mukaan aikatauluun hieman väljyyttä asioiden kypsyttelyä varten.

Projektin aikana on pitänyt oppia päättämään rajanvedoista. Käsittelen aiheita mielelläni laajasti ja rajaaminen tuntuu haasteelliselta. Työn sivumäärää katsoessa voi nopeasti päätellä, että rajaaminen ei ole tämän työn osalta täysin onnistunut. Koen kuitenkin, että laaja tietoperusta auttaa ymmärtämään islamilaisuuden perusteita syvällisemmin. Tärkeää on myös se, että työ perustuu luotettaviin tietolähteisiin ja sanomaa ja tietoja ei ole vääristelty. Itse olen pyrkinyt välittämään tiedon mahdollisimman selkeästi ja helposti ymmärrettävällä tavalla huolehtien samalla sisällön oikeellisuuden säilymisestä. Asiavirheet ovat mahdollisia, mutta eivät tarkoituksellisia vaan joko väärinymmärryksiä tai ajatusvirheitä.

Tämän opinnäytetyön tärkein oppi ovat olleet tietojen systemaattisen käsittelyn taitojen ja lähdekriittisyyden vahvistuminen. Yli kahdenkymmenen vuoden työura on opettanut töiden organisointia, mutta sekin taito on projektin kuluessa vahvistunut edelleen. Itselleni on ollut aina tärkeää kohdata asiakkaat, yhteistyökumppanit, palveluhenkilökunta tai satunnaiset kanssakulkijat ihmisinä. Tämä ajatus on tämän työn kuluessa vain vahvistunut. On tärkeää ymmärtää vastapuolen kulttuuria ja osata asioita, joilla pyrkii poistamaan huolia, varmistamaan hyvän asiakaskokemuksen ja tietysti toiminnan kannattavuuden. Tosiasia on kuitenkin se, että oikea asenne, avoimuus, kiinnostuneisuus, ystävällisyys, halu oppia, aito kunnioitus ja läsnäolo kohtaamisen hetkellä korvaavat pikkutarkan tiedon puutteet. Ne vievät paljon pidemmälle kuin teknisesti ennalta oikein rakennettu, mutta sieluttomasti hoidettu tilanne. Koen, että tämä opinnäytetyö tukee kaikista edellä mainituista syistä myös omaa uraani ja työtäni teenpä sitä sitten jatkossa Suomesta ulos- tai sisäänpäin suuntautuvan matkailun parissa.

Lähteet

Aljazeera 2017. Saudi Arabia to allow women to drive. Luettavissa ja katsottavissa: <http://www.aljazeera.com/news/2017/09/saudi-arabia-women-drive-170926190857109.html>. Luettu ja katsottu: 19.10.2017.

Amadeus IT Group SA. About us. Luettavissa: http://www.amadeus.com/web/amadeus/en_FI-FI/Amadeus-Home/About-us/1319477346370-Page-AMAD_AboutAmadeus-Ppal. Luettu: 27.4.2018.

Amadeus 2016. Halal Travellers 2016. Luettavissa: <http://www.amadeus.com/web/binaries/blobs/864/164/halal-travel-report-2016.pdf>. Luettu: 1.6.2017.

Atmani, M. 2017. Interlaken, The New Swiss Mecca For Rich Muslim Tourists. Luettavissa: <https://www.worldcrunch.com/culture-society/interlaken-the-new-swiss-mecca-for-rich-muslim-tourists>. Luettu: 29.8.2017.

Battour, M. 2016. Halal Tourism or Muslim-Friendly Tourism. Luettavissa: <https://www.crescentrating.com/magazine/opinion/3925/halal-tourism-or-muslim-friendly-tourism.html>. Luettu: 28.4.2017.

Battour, M. 2017. Treating Muslim Tourists with Respect. Luettavissa: <https://www.crescentrating.com/magazine/opinion/3943/treating-muslim-tourists-with-respect.html>. Luettu: 28.4.2017.

Battour, M. & Ismail, M. N. 2015. Halal tourism: Concepts, practises, challenges and Future. Luettavissa: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>. Luettu: 2.6.2017.

Business Finland 2018a. Tietoa Business Finlandista. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/tietoa-meista/lyhyesti/>. Luettu: 14.1.2018.

Business Finland 2018b. Suomalaisille asiakkaille. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/etusivu/>. Luettu: 14.1.2018.

Choong, D. & Wong-Hedrick, Y. 2016. Mastercard Future of Outbound Travel in Asia Pacific (2016 to 2021) Report. Luettavissa: <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2017/01/Mastercard-Future-of-Outbound-Travel-Report-2016-2021-Asia-Pacific1.pdf>. Luettu: 4.12.2017.

Chubb 2017. Malaysia's Travel Survey Findings. Luettavissa: <https://www2.chubb.com/my-en/articles/malaysia-travel-survey-findings.aspx>. Luettu: 4.12.2017.

CrescentRating 2015. Muslim / Halal travel market. Basic concepts, terms and definitions. Luettavissa: <https://www.crescentrating.com/online-halal-travel-glossary.html>. Luettu: 28.4.2017.

CrescentRating 2018. About us. Luettavissa: <https://www.crescentrating.com/about-us.html>. Luettu: 17.3.2018.

De lo Fayos, F. G. & Jongberg, K. 2017. Persianlahden maat, Iran, Irak ja Jemen. Luettavissa: http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/fi/displayFtu.html?ftuld=FTU_6.6.5.html. Luettu: 28.10.2017.

Department of Statistics Malaysia Official Website 2015. Population clock. Luettavissa: <https://www.dosm.gov.my/v1/>. Luettu: 13.9.2017.

Hallenberg, H. 2016. Miten elää muslimina? Teoksessa Palva, H. & Perho, I. (toim.). Islamilainen kulttuuri, s. 12–77. Otava. Helsinki.

Hallenberg, H. & Perho, I. 2010. Ruokakulttuuri islamin maissa. Gaudeamus. Helsinki.

Halsas, H.-L. 11.2.2018. Authorized guide. Hanigo. Sähköposti.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita Publishing Oy. Helsinki.

Hofstede, G. 1992. Kulttuurit ja organisaatiot. Mielen ohjelmointi. Werner Söderström Osakeyhtiö. Helsinki.

Hofstede Insights 2017a. National Culture. Luettavissa: <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>. Luettu: 16.11.2017.

Hofstede Insights 2017b. Country Comparison. Finland, United Arab Emirates, Malaysia. Luettavissa: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>. Luettu: 16.11.2017.

Hotelier Middle East 2017. Trends that will impact Middle East travel. Luettavissa: <http://www.hoteliermiddleeast.com/30354-trends-that-will-impact-middle-east-travel/>. Luettu: 5.11.2017.

Hussain, T. 2015. 11 reasons why every Muslim should travel. Luettavissa: <https://themuslimvibe.com/faith-islam/spirituality/11-reasons-why-every-muslim-should-travel>. Luettu: 30.11.2017.

Hämeen-Anttila, J. 2004. Islamin käsikirja. Otava. Helsinki.

Hämeen-Anttila, J. 2017. Uusi Islamin käsikirja. Otava. Helsinki.

Interlaken Tourismus. Facts and figures. Luettavissa: <http://www.interlaken.ch/en/region-resorts-cities-area/holiday-in-interlaken-matten-unterseen/facts-and-figures-interlaken-matten-unterseen.html>. Luettu: 15.11.2017.

Islam Channel 4.8.2016. Muslim Travel Market. Halal tourism. Katsottavissa: <https://www.islamchannel.tv/video-category/halal-tourism/>. Katsottu: 2.6.2017.

Islam, A. Md. & Kärkkäinen, L. 2013. Islamic tourism as a prosperous phenomenon in Lapland. AMK-opinnäytetyö. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Rovaniemi. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2013111917380>. Luettu: 22.8.2017.

IstiZada. 6 Middle East Online Payment Methods. Luettavissa: <http://istizada.com/blog/middle-east-online-payment-methods/>. Luettu: 7.11.2017.

Jaafar, N. 27.12.2017. Strategic Planner. Tourism Malaysia. Sähköposti.

Khan, M., Ro, H., Gregory., M. A. & Hara, T. 2016. Gender Dynamics from an Arab Perspective: Intercultural Service Encounters. Cornell Hospitality Quarterly 2016, 57, 1, 51–65.

MCMC Malaysian Communications and Multimedia Commission 2016. Internet users survey 2016. Luettavissa: <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/IUS2016.pdf>. Luettu: 16.1.2018.

Mastercard & CrescentRating 2017. Global Muslim Travel Index 2017. Luettavissa: <https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2017.html#>. Luettu: 4.12.2017.

Mikkonen, M. 2017. Saudi-Arabian naiset saavat pian ajaa autoa, mutta eivät sovitaa vaatteita pukukopissa tai käyttää miesten ovia – Tällaista on naisten elämä äärikonservatiivisessa maassa. Luettavissa: <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005385024.html>. Luettu: 19.10.2017.

Miniwatts Marketing Group 2017. Internet World Stats. Usage and Population statistics. Middle East. Luettavissa: <http://www.internetworldstats.com/middle.htm>. Luettu: 7.11.2017.

New Muslim Guide. The Meaning of Purification. Luettavissa: <http://www.newmuslimguide.com/en/your-purification/57#section-3>. Luettu: 22.10.2017.

Palva, H. 2016. Islamilainen kulttuuri Lähi-idän kulttuurin perillisenä. Teoksessa Palva, H. & Perho, I. (toim.). Islamilainen kulttuuri, s.167–218. Otava. Helsinki.

Palva, H. & Perho, I. 2016. Islamilainen kulttuuri. Otava. Helsinki

Perho, I. 2016a. Kamelin kesyttämisestä Bagdadin tuhoon. Oppisuuntia. Teoksessa Palva, H. & Perho, I. (toim.). Islamilainen kulttuuri, s. 123–127. Otava. Helsinki.

Perho, I. 2016b. Uudistusliikkeet 1900-luvulla. Teoksessa Palva, H. & Perho, I. (toim.). Islamilainen kulttuuri, s. 257–285. Otava. Helsinki.

Perho, I. 2016c. Mamelukit, osmanit, mogulit ja safavidit. Teoksessa Palva, H. & Perho, I. (toim.). Islamilainen kulttuuri, s. 128–166. Otava. Helsinki.

Pew Research Center 2015. The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050. Luettavissa: <http://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>. Luettu: 11.9.2017.

Pollok, M. 3.10.2017. Specialist for international tourism. Freelancer. Tiedonanto. Helsinki.

Poushter, J. 2014. How people in Muslim countries prefer women to dress in public. Luettavissa: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/01/08/what-is-appropriate-attire-for-women-in-muslim-countries/>. Luettu: 20.10.2017.

Räisänen, J. 28.3.2018. Director of Quality – Professional and Vocational Studies. Oman Tourism College. Sähköposti.

Thompson, D. 2016. Arabic travel booking websites in the Middle East. Luettavissa: <http://www.hoteliermiddleeast.com/25795-arabic-travel-booking-websites-in-the-middle-east/>. Luettu: 5.11.2017.

Tieteen termipankki 2016. Filosofia. Analogiapäätelmä I analogia. Luettavissa: <http://tieteen termipankki.fi/wiki/Filosofia:analogia>. Luettu: 19.9.2017.

Tilastokeskus 2018a. Kuukausittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain muuttujina alue, maa, tiedot ja kuukausi. 2013, 2017. Arabiemiirikunnat, Bahrain, Kuwait, Saudi-Arabia. Luettavissa: http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland__Majoitustilastot/010_matk_tau_311.px/?rxid=3e37ae59-6749-4e67-afd6-ea3aa4eec656. Luettu: 8.3.2018.

Tilastokeskus 2018b. Kuukausittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain muuttujina alue, maa, tiedot ja kuukausi. 2013, 2017. Malesia. Luettavissa: http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland__Majoitustilastot/010_matk_tau_311.px/?rxid=3e37ae59-6749-4e67-afd6-ea3aa4eec656. Luettu: 8.3.2018.

Tripfez. Hotels. Luettavissa: <https://www.tripfez.com/en/>. Luettu: 5.3.2018.

United Arab Bank 2018. UAB Islamic Credit Card. Luettavissa: <https://www.uab.ae/islamic-banking/islamic-credit-card>. Luettu: 19.3.2018.

UNWTO 2012. The Middle East Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination. World Tourism Organization (UNWTO). Madrid. Luettavissa: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284414277>. Luettu: 19.6.2017.

UNWTO & Tourism Australia 2013. Key Outbound Tourism Markets in South-East Asia – Indonesia, Malaysia, Singapore, Thailand and Vietnam. World Tourism Organization (UNWTO). Madrid.

UNWTO 2017. Contribution of Islamic Culture and its Impact on the Asian Tourism Market. World Tourism Organization (UNWTO). Madrid. Luettavissa: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418053>. Luettu: 13.9.2017.

Vase 2017. Report: Malaysian Travel Trends 2017. Luettavissa: <https://vase.ai/blog/report-malaysian-travel-trends-2017/>. Luettu: 4.12.2017.

Virtuaali ammattikorkeakoulu. Kvantitatiivisen analyysin perusteet. Luettavissa: <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289328583/1194289824724.html>. Luettu: 28.4.2018.

Visit Finland 2013. Katse Kiinaan. Vinkkejä kiinalaisten matkailijoiden kanssa toimimiseen. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/07/Katse_Kiinaan_2013.pdf. Luettu: 14.1.2018.

Visit Finland 2018a. Tämä on Visit Finland. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tama-on-visit-finland/>. Luettu: 14.1.2018.

Visit Finland 2018b. Visit Finlandin ydintehtävät pähkinän kuoressa. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tama-on-visit-finland/tehtavat/>. Luettu: 14.1.2018.

Visit Finland 2018c. Kansainvälistyminen ja tuotekehitys. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/>. Luettu: 11.3.2018.

Vyver, J. 2017. Explainer: Why do Muslim women wear a burka, niqab or hijab? Luettavissa: <http://www.abc.net.au/news/2014-09-23/why-do-muslim-women-wear-a-burka-niqab-or-hijab/5761510>. Luettu: 20.10.2017.

Waines, D. 2003. An Introduction to Islam. Second Edition. Cambridge University Press. Cambridge.

We are social 2017. Digital in 2017: Southeast Asia. Luettavissa: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-southeast-asia>. Luettu: 16.1.2018.

Öhrnberg, K. 2016. Kamelin kesyttämisestä Bagdadin tuhoon. Teoksessa Palva, H. & Perho, I. (toim.). Islamilainen kulttuuri, s. 83–122. Otava. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Opinnäytetyön aikataulusuunnitelma



Liite 2. Kysely oppaan testiryhmälle

Islam opas matkailutoimijoille

1. Mikä otsikko sopii mielestäsi parhaiten materiaalille? *

- ☐ Islamilaisuuden huomioon ottavan matkailun opas
- ☐ Islamilaisuus matkailussa - opas suomalaisille matkailutoimijoille
- ☐ Islamilaisuus matkailussa - käsikirja suomalaisille matkailutoimijoille
- ☐ Joku muu, mikä?

2. Onko materiaali mielestäsi käyttökelpoinen ja auttaa toimimaan muslimimatkustajien kanssa? *

- ☐ Kyllä
- ☐ En osaa sanoa
- ☐ Ei, miksi?

3. Onko sisällön jaottelu ja otsikointi mielestäsi selkeä? *

- ☐ Kyllä
- ☐ En osaa sanoa
- ☐ Ei, miksi?

4. Onko sisällön järjestys mielestäsi oikea? *

- ☐ Kyllä
- ☐ En osaa sanoa
- ☐ Ei, miksi?

5. Mitä sisältöä materiaalista mielestäsi puuttuu?

6. Mitä sisältöä materiaalissa ei mielestäsi tarvita?

^

▼

7. Tekstissä on lihavoitu tärkeimpiä asioita helpottamaan silmäilyä. Auttaako lihavointi? *

☐ a) Kyllä, auttaa

☐ b) En osaa sanoa

☐ c) Ei, se häiritsee, tekisin toisin

8. Muuta palautetta?

^

▼

9. Jätä yhteystietosi, jos haluat osallistua 50 € lahjakortin arvontaan.

Etunimi

Sukunimi

Matkapuhelin

Sähköposti

Yritys/ yhteisö

Mikäli voitoin haluan lahjakortin: K- / S-ryhmä, Stockmann, Alko (ilmoita mikä)

Katse islamiin - vinkkejä matkailuyrityksille Suomessa



2018

SISÄLLYS

1	Lukijalle	1
2	Esimerkit Euroopasta	2
3	Islamiin liittyviä käsitteitä	3
4	Pikafaktat islamin maailmasta	4
5	Islaminusko lyhyesti.....	5
6	Islamin oppi	6
7	Naisen asema islamilaisuudessa.....	7
8	Islamilainen ajanlasku, kalenteri ja viikko.....	8
9	Valokuvaaminen, ihmisten ja eläinten kuvat	9
10	Käsitys ylellisyydestä eli luksuksesta.....	10
11	Matkustus.....	11
11.1	Majoitus.....	12
11.2	Rukoiluhuone	13
12	Lähtömarkkina-alue – Arabian niemimaa – Arabikansalaiset.....	14
12.1	Matkustajaryhmät.....	14
12.2	Kulttuuriset eroavaisuudet.....	14
12.3	Vetovoimatekijät Euroopassa ja Suomessa.....	15
12.4	Matkustusajankohdat ja matkaseurueen koko	16
12.5	Matkavaraukset.....	17
12.6	Majoituksen taso	18
12.7	Lomatyytit ja aktiviteetit lomalla	18
12.8	Palvelutilanteet.....	19
12.9	Sosiaalisen median kanavat.....	20
12.10	Käsitys ajasta	20
13	Lähtömarkkina-alue – Arabian niemimaa – Varakkaat vierastyöläiset	21
13.1	Matkustusajankohdat ja matkaseurueen koko	21
13.2	Matkavaraukset.....	21
13.3	Majoituksen taso	21
13.4	Lomatyytit ja aktiviteetit lomalla	21
14	Lähtömarkkina-alue - Malesia.....	22
14.1	Kulttuuriset eroavaisuudet.....	22
14.2	Vetovoimatekijät Euroopassa ja Suomessa.....	23
14.3	Matkustusajankohdat ja matkaseurueen koko	23

14.4 Matkavaraukset.....	24
14.5 Majoituksen taso	24
14.6 Palvelutilanteet.....	25
14.7 Aktiviteetit lomalla	25
14.8 Sosiaalisen median kanavat.....	25
14.9 Käsitys ajasta	25
15 Ruoka ja juoma	26
15.1 Ruoan säilytys ja valmistus	27
15.2 Alkoholi	27
15.3 Ruokatottumukset Persianlahdella ja Malesiassa	28
15.4 Juomat	29
15.5 Jälkiruoat.....	29
15.6 Ajanvietto	29
15.7 Palvelu ravintolassa	30
15.8 Ruokaan liittyvät tavat	30
16 Muita kanssakäymiseen liittyviä asioita.....	32
16.1 Puheenaiheet.....	32
16.2 Koira	33
16.3 Arabiankielisiä fraaseja	33
16.4 Seksuaalisuus islamissa	33
17 Muslimeille suunnattuja matkustuksen verkkosivustoja	34
18 Matkailuyrityksen muistilista	37
Lähteet.....	38

1 Lukijalle

Muslimimatkoilijat, erityisesti Lähi-idän alueelta lähtevät, ovat yksi nopeimmin kasvavista matkoilijaryhmistä maailmassa. Kasvu on nähtävissä myös Suomessa, vaikka luvut ovat vielä vaatimattomalla tasolla.

Islaminusko ei yksinään määritä muslimin identiteettiä, mutta se muodostaa kuitenkin vahvemman tai löyhemmän viitekehyksen elämälle. Muita vaikuttajia ovat lähtömaan kulttuuri ja kunkin yksilön elämänpiiri.

Uskonnollisen vakaumuksen laatu vaihtelee yksilöittäin. Osa on uskossaan konservatiivisempia ja tarkempia muun muassa halal-ruokavalion ja rukousrituaaleihin liittyvien asioiden noudattamisen suhteen. Osa taas on hyvin moderneja ja noudattaa matkustaessaan ”maassa maan tavalla” periaatetta kieltäytyen ehkä vain alkoholista ja porsaanlihasta, ja joku kenties vain porsaanlihasta. On kuitenkin huomioitava se, että tutkitusti muslimimatkoilijoita kiinnostavat eniten kohteet, joissa heidän on mahdollista lomilla uskontonsa tärkeimpiä periaatteita noudattaen.¹

Tässä materiaalissa islamilaisuus tuodaan esiin lähtökohtaisesti perinteisemmästä, konservatiivisemmasta näkökulmasta. Näkökulmasta, joka pohjaa islamin kirjallisiin lähteisiin ja sharia-lakiin, ja joka modernimmasta näkökulmasta katsottuna voi tuntua tiukalta. On kuitenkin tunnettava perusteet, vaikka kaikki muslimimatkoilijat eivät niitä noudattaisi. Alueellisesti ja kulttuurisesti aineistossa keskitytään Persianlahdelle, Malesiaa käsitellään suppeammin. Muita kulttuurialueita ei tässä yhteydessä ei tuoda esiin. On hyvä huomioida, että Persianlahti on alueena laaja ja muodostuu hyvin erilaisista maista ja eri tavalla islamiin suhtautuvista kulttuureista. Osa, kuten Oman, on nykyaikaisempia ja vastaavasti osa, kuten Saudi-Arabia, on konservatiivisempia vaikkakin modernimpaan suuntaan muuttumassa olevia yhteiskuntia.

Materiaalissa keskitytään tietoon ja toiminnallisiin ohjeisiin, mutta tärkeintä on kohdata muslimimatkoilijat hienotunteisesti, ihmisinä, toisistaan erilaisina yksilöinä ja heidän tapojaan ja toiveitaan kunnioittaen. Asioita ihmiseltä ihmiselle tehden, hymyillen, jutellen ja kysyen, koska on aina parempi kysyä kuin olettaa ja arvata. On myös aina parempi selittää asiat ja toimintatavat moneen kertaan kuin jättää selittämättä.

Helsinki huhtikuussa 2018

Katja Ahlström

Lähteet: 1 Mastercard & Crescentrating 2017, 38-39

Huomioitavaa:

Sivun 4 kartta julkaistaan kustantajan luvalla. Sivun 9 kuvan käyttöoikeus on kirjoittajalla. Molempien jatkokäyttö on kielletty.

Opasmateriaali on Haaga-Helia Ammattikorkeakoulun toiminnallisen opinnäytetyön produkti.

Opinnäytetyö on julkaistu Theseus.fi -palvelussa nimellä Katse islamiin – opas matkoiluyrityksille Suomessa.

2 Esimerkit Euroopasta

Suomella on tarjottavana matkailijoille eksotiikkaa puhtaan ja kuulaan ilman ja monimuotoisen luonnon, lumen ja jään, vaihtelevan ilmaston ja omalaatuisen kulttuurin muodossa. Pelkkä vierailijoiden saaminen maahan ei kuitenkaan riitä, heidän pitää lähteä pois tyytyväisinä. Tämä taas tarkoittaa kunkin matkustajaryhmän tarpeiden ja toiveiden hienovaraista huomioimista. Kohteena Suomi kilpailee lukuisten muiden maiden ja matkakohteiden kanssa. Kohteiden, jotka ovat jo tarttuneet tai tarttumassa toimeen saadakseen osansa kasvavan muslimimatkailijoiden mukana liikkuvasta tulosta. Huomionarvoista on se, että Suomen kilpailijoita eivät ole vain muut islamvähemmistöiset maat vaan myös islamenemmistöiset maat, kuten Turkki, jotka ovat suunnanneet katseensa uuteen, kasvavaan markkinaan ja matkustajaryhmään.

Yksi esimerkki onnistuneista toimista muslimimatkustajamarkkinalla on **Sveitsin Interlaken**, jossa kesän hiljaisen kysynnän kaudelle kaivattiin lisää myyntiä. Varakkaat arabimatkailijat nähtiin uutena, kiinnostavana asiakasryhmänä. Palveluita muokattiin vastaamaan tämän asiakasryhmän tarpeita. Arabiaksi käännetuille ruokalistoille nostettiin kesäsesongille halal-ruokia. Valittiin soveltuvat aktiviteetit ja retket niin seikkailumielisille kuin perheille esimerkkeinä liitovarjoilu, melonta, mönkijäajelut, järviristeilyt, ajelut maisemajunalla ja gondolihissillä, lasten aktiviteettipuistot ja suklaanvalmistus. Tuotiin Shisha-vesipiippuja ravintoloihin ja kahviloihin. Tarjottiin kuljetuksiin asiakaskuntaa miellyttäviä kulkuneuvoja. Luotiin arabiankielinen verkkosivusto, joka kokoaa tarjonnan ja ohjeistukset yhteen, tehtiin onnistuneita markkinointitoimia oikeiden kumppaneiden kanssa, ja nyt Interlaken on yksi eniten arabimatkailutuloja Sveitsiin tuottava alue.¹ Interlakenin verkkosivut "Interlaken for Arabs" osoitteessa www.interlakenforarabs.com.

Toisena esimerkkinä voidaan nostaa **Sheraton Munich Arabellapark hotelli** Münchenissä. Hotellin vetonaulauksi on muodostunut kesäkaudeksi aulatilaaan pystytettävä Shisha-kahvila, jossa arabimatkailijat voivat viettävät aikaa keskenään vesipiippuja poltellen. Kahvilassa on lisäksi tarjolla arabialaista kahvia, vahvaa teetä, taateleita ja arabialaisia leivonnaisia. Osa arabiasiakkaista viipyy hotellissa jopa viikkoja.² Sheraton Munich Arabellapark hotellin verkkosivut, kielivalikossa arabia, www.sheratonarabellapark.com.

3 Islamiin liittyviä käsitteitä

Islam on monoteistinen eli yksijumalainen uskonto, jossa Jumalasta käytetään arabiankielistä nimeä Allah.^{1,2} Uskonnon pyhäkirja Koraani, al-Qur'an, on islaminuskoisille muslimille Jumalan sanaa, joka on välittynyt profeetta Muhammadin saamien arabiankielisten ilmestysten kautta.³

Profeetta Muhammad esiintyy kirjallisissa lähteissä vaihtelevasti joko nimellä Muhammad tai Muhammed. Arabian kielen ja islamin tutkimuksen professori Hämeen-Anttilan mukaan profeetan nimen oikea muoto on Muhammad, jota tässä materiaalissa käytetään.²

Profeetta Muhammadin esikuvallinen elämä, sunna, ja siitä kertovat hadhit-kertomukset ovat Koraanin jälkeen tärkein islamin uskonnollisen auktoriteetin lähde. Näistä lähteistä löytyvät vastaukset niin muslimin arkipäivän pulmiin kuin teologisiin kysymyksiin.^{2,3}

Islamin maissa noudatetaan pyhää sharia-lakia, jonka perustana ovat Koraani, sunna ja hadhit-kertomukset.³ Sharia-lain piiriin kuuluu niin siviili- ja rikosoikeudellisia kuin moraalialueita koskevia asioita.²

Profeetan elämään liittyvät kaupungit, Mekka ja Medina, ovat islamilaisille pyhiä kaupunkeja ja sijaitsevat nykyisen Saudi-Arabian alueella. Kerran elämässä tehtävän pyhiinvaelluksen keskeinen kohde on Mekassa oleva Kaaban temppeli, jota kohti kääntyneenä muslimi suorittaa myös päivittäiset rukoushetkensä.^{2,3}

Islamilaisuuden keskeiset käsitteet halal, sallittu, ja haram, kielletty, liittyvät vahvasti ruokavalioon, jossa kiellettyä on alkoholin, sianlihan ja epäislamilaisittain teurastetun lihan nauttiminen.² Käsitteet liittyvät myös muutoin islamilaisuuden etiikkaan, jossa luokitellaan muslimille sallitut ja kielletyt eli syntiset teot ja ohjataan uskovaa jokapäiväisissä elämän valinnoissa.³

Muslimivähemmistöisissä maissa monia matkaan liittyviä asioita voi olla vaikeaa, jopa mahdotonta toteuttaa täysin tiukimpien islaminuskon periaatteiden mukaan.^{4,5} Muslimille kiellettyjä ja sopimattomia asioita ei voida kokonaan poistaa tai piilottaa. Sen sijaan, että ilmoitetaan jonkin asian olevan halal, on suositeltavampaa käyttää englanniksi halal-, muslim- tai islam-friendly käsitteitä¹. Suomeksi halal-, muslimi- tai islam-ystävällinen tai neutraalimmin esimerkiksi halal/ islamilaisuus huomioon otettu. Mallia voi myös ottaa muslimille suunnatulta matkustuksen tripfez-verkkosivustolta. Islaminuskoisille suunnatuista palveluista käytetään siellä englanninkielistä ilmaisua "muslim amenities", eli "muslimeille suunnatut palvelut".⁶

Lähteet: 1 Crescent Rating 2015 * 2 Hämeen-Anttila 2004, 10, 15, 130, 230-231, 249-250 *

3 Hallenberg & Perho 2010, 34-35, 40-43, 48-49, 67 * 4 Battour & Ismail 2015, 2 * 5 Battour 2016 * 6 Tripfez a * 7 Maffey 2016, 25

4 Pikafaktat islamin maailmasta

- Islamenemmistöisiä maita on yli 40, ja niissä on noin 1,7 miljardia muslimia
- Kaikki islamin maissa asuvat eivät ole islaminuskoisia ^{1,2,3}
- Muslimeista vain 20 % puhuu arabiaa ja kaikki arabiaa puhuvat eivät ole muslimeja
- Arabia Koraanin alkuperäisenä kielenä kuitenkin yhdistää islamin maailmaa ⁴
- 80 % maailman muslimeista tunnustaa sunnalaisuutta, 20 % shiialaisuuden eri muotoja ^{5,6}
- kummallakaan oppisuunnalla ei ole uskonnon opillisista asioista päättäviä kirkollisia elimiä
- oppeja erottaa toisistaan näkemys uskonnollisesta auktoriteetista ⁷
- sunnalaisuudessa auktoriteetti on pääosin kirjallisissa lähteissä ja uskonoppineet ovat tasa-arvoisia keskenään ^{6,8,9,}
- shiialaisuudessa auktoriteetti on korkea-arvoisella uskonoppineella, imaamilla ¹⁰
- Islamilaisuuden periaatteiden mukaan naiset ja miehet ovat vain vähän luonnollisesti tekemisissä keskenään, elämä eriytyy jo lapsuudessa erilaisen kasvatuksen ja erillisten koulujen myötä
- naisen tulee välttää niin katsekontaktia kuin kosketusta vieraiden miesten kanssa samoin kuin yksin samassa tilassa olemista ilman omaan perheeseen kuuluvaa mieshenkilöä ^{9,11}



Kuva 1. Islamin maat ulottuvat Afrikasta Kaakkois-Aasiaan (Hallenberg & Perho 2010, 22-23)
Kartta julkaistaan kustantajan luvalla. Jatkokäyttö on kielletty.

Lähteet: 1 Palva & Perho 2016, 9 * 2 Hämeen-Anttila 2017, 168 * 3 Hämeen-Anttila 2004, 173-174 * 4 Hämeen-Anttila 2004, 50-53 *
5 Hämeen-Anttila 2017, 15 * 6 Perho 2016a, 123 * 7 Öhrnberg 2016, 97-98 * 8 Hämeen-Anttila 2004, 26 *
9 Hämeen-Anttila 2017 226-227, 269 * 10 Hämeen-Anttila 2004, 106-108 * 11 Hallenberg 2016, 60

5 Islaminusko lyhyesti

Islaminuskon keskeinen hahmo on **profeetta Muhammad**, jonka Jumala, Allah, valitsi sanansaattajakseen ja ilmestystensä vastaanottajaksi miehen asuessa Mekan kaupungissa.¹ Profeetta otti vastaan yhden ilmestyksen kunakin paastokuukauden, ramadanin, kolmenakymmenenä yönä. Näistä kolmestakymmenestä ilmestyksestä muodostuu islamilaisuuden **pyhä kirja** ja tärkein uskonnollisen auktoriteetin lähde **Koraani**, al-Qur'an.^{2,3,4}

Profeetta Muhammad siirtyi **Mekasta Medinan** kaupunkiin länsimaisen ajanlaskun vuonna 622. Islamilainen ajanlasku alkaa tästä muslimeille esikuvana toimivasta, hijra-nimen saaneesta tapahtumasta. Profeetan katsotaan siirtyneen uuteen yhteisöön Medinaan voidakseen noudattaa islamilaisia tapoja mahdollisimman tarkkaan ja elää uskonnon asettamien vaatimusten mukaan.¹ Muhammadin toiminta profeettana ja hänen vastauksensa erilaisiin arkisiin pulmiin muodostavat **esikuvallisen elämäntavan, sunnan**, joka on kirjattu ylös **hadhit-kertomuksiin**. Nämä kertomukset käsittelevät niin elämänohjeita kuten sallittuja ruoka-aineita ja pukeutumista kuin teologisia opinkappaleita. Sunna ja hadhit-kertomukset muodostavat toisen tärkeän uskonnollisen auktoriteetin lähteen.^{5,6}

Islamilaisuudessa **uskonnollinen auktoriteetti** on pääosin kirjallisissa lähteissä eli Koraanissa, sunnaan pohjautuvissa hadhit-kertomuksissa. Näiden lisäksi auktoriteetin lähteenä nähdään uskonnollisen yhteisön yksimielisyys sekä muista lähteistä tehdyt analogiapäätelmät eli samankaltaisuuteen perustuvat johtopäätökset. **Oikean opin** määrittelee kirkolliselimen sijaan kukin oppinut kirjallisiinlähteisiin tukeutuen. Vaikka kaikkien oppineiden tulkinnat hyväksytään oikeina, enemmän painoarvoa on niillä, joiden tekijät nauttivat suurempaa arvostusta yhteisössään. Sunnalaisuudesta poiketen shiialaisuudessa vain ylemmät uskonoppineet, ajatollat, saavat tehdä tulkintoja. Kansa ja alemmat uskonoppineet taas valitsevat kenen ajatollan tulkintoja kulloinkin noudattavat.^{4,7}

Islamin maissa noudatettava **pyhä sharia-laki** perustuu Koraaniin, sunnaan ja hadhit-kertomuksiin.³ Jumala nähdään lain säätäjänä ja sharia-laki ikuisesti muuttumattomana. Ihmisen tekemät tulkinnat laista voivat kuitenkin muuttua ja kehittyä aikojen kuluessa. Lainopillisen koulutuksen saaneet oppineet, muftit, voivat päätyä hyvin erilaisiin tulkintoihin, myös yksi ja sama oppinut eri aikoina. Käytännön elämässä muslimi esittää lainoppineelle muftille sharia-lain piiriin kuuluvan kysymyksen, johon oppinut vastaa antamalla ratkaisuksi lainopillisen mielipiteensä, fatwan. Fatwat käsittelevät näin ollen useimmiten arkiseen elämään liittyviä kysymyksiä eivätkä liity millään tapaa kuolemantuomioon kuten länsimaissa joskus virheellisesti luullaan. Annettu fatwa ei vanhene koskaan, ja henkilöt päättävät, mitä fatwaa noudattavat.^{8,9}

Lähteet:

1 Hämeen-Anttila 2017, 180-182 * 2 Hallenberg 2016, 64 * 3 Hallenberg & Perho 2010, 34-35 * 4 Hämeen-Anttila 2017, 226-229 *

5 Hallenberg 2016, 67 * 6 Hämeen-Anttila 2017, 230-231 * 7 Hämeen-Anttila 2004, 106-108 * 8 Hämeen-Anttila 2017, 247-249 *

9 Perho 2016b, 165

6 Islamin oppi

Muslimin elämän tärkeä määrittäjä on islamin oppi, joka rakentuu **viidestä peruspilarista**. Ne ovat **uskontunnustus** sekä muslimien **elämää säätelevät neljä uskonnollista päävelvollisuutta**; rukous, paasto, almuveron maksaminen ja pyhiinvaellus. Nämä ovat listattuna taulukossa 1. ^{1,2,3}

Taulukko 1. Muslimin uskonnolliset päävelvollisuudet ja niiden suorittaminen elämän aikana ²

Muslimin uskonnolliset päävelvollisuudet	
rukous	viidesti päivässä
paasto	kuukausi vuodessa
almuvero	kerran vuodessa
pyhiinvaellus	kerran elämässä

Ensimmäinen peruspilari **uskontunnustus** on kaksiosainen. Ensimmäinen osa, "lā ilāha illā llāh, "Ei ole muuta jumalaa kuin Jumala", määrittää islamin yksijumalaisuuden. Toinen osa "wa-Muḥammadun rasūlu llāh", "ja Muhammad on Hänen lähettiläänsä" määrittää uskon syntyajankohdan ja profeetta Muhammadin roolin uskonnollisen auktoriteetin välittäjänä. ^{1,2}

Peruspilareista säännöllisimmin toistuu viisi kertaa päivässä tapahtuva **rukous**. Rukoillessa käännetään kohti Mekkaa, luetaan Koraanin jakeita arabiaksi sekä tehdään määritelty liikesarja, jossa seisotaan, kumarretaan, heittäydytään maahan ja istutaan. Miehet rukoilevat yleensä moskeijassa ja naiset kotona. Joissakin maissa naiset ja lapset osallistuvat perjantain keskipäivän rukoukseen moskeijassa. ^{1,2,5}

Peruspilareista seuraavaksi näkyvin on **paasto**. Aikuinen, terve muslimi paastoaa kerran vuodessa paastokuukausi ramadanin ajan. ^{1,2,4} Lapsesta tulee islamin lain mukaan aikuinen, kun pojilla on alkanut äänenmurros ja tytöillä kuukautiset, kuitenkin viimeistään 15-vuotiaana. ^{1,4} Paastoa noudatetaan päivän valoisana aikana. Vuorokauden pimeänä aikana syödään myöhäinen illallinen ja aikainen aamiainen. ^{1,2,4}

Uskonnon neljäs peruspilari, **almuvero**, tulee osaksi muslimin elämää avioliiton myötä. ¹ Nykypäivänä vi-ranomaisverotus korvaa usein almuveron, mutta uskovalla on edelleen velvollisuus antaa almuja, jotka käytetään köyhien tai koko yhteiskunnan hyväksi. ² On uskonnollisesti ansiokasta rakentaa moskeija, joten suurin osa on perustettu ja ylläpidetään yksityisin varoin, samoin kuin monet sairaalat ja koulut. ¹

Islaminuskon viides peruspilari **pyhiinvaellus**, hajj, on tehtävä kerran elämän aikana pyhiinvaelluskuukau-tena, joka on islamilaisen vuoden viimeinen kuukausi. ^{2,9} Pyhiinvaelluksen kohde on Saudi-Arabian Me-kassa sijaitseva kuutionmuotoinen Kaaban temppeli. Miehet pukeutuvat pyhiinvaellukselle erityiseen pyhiinvaellusvaatteeseen, joka on yleensä valkoinen. Naisille ei ole määritelty yhtenäistä asua. ²

Lähteet: 1 Hallenberg 2016, 17, 27-31, 39-40, 48 * 2 Hämeen-Anttila 2004, 120-130, 230-231, 236, 241 * 3 Waines 2003, 30 * 4 Hallenberg & Perho 2010, 63-65 * 5 Räisänen 28.3.2018

7 Naisen asema islamilaisuudessa

Erittäin korkeaan sukupuolten väliseen tasa-arvoon tottuneesta pohjoiseurooppalaisesta musliminaisen asema voi tuntua heikolta. Tarkasteltaessa asiaa Aasian, Lähi-idän ja Afrikan maiden kesken, **naisen asema on useissa islamin maissa kohtuullinen**.¹ Koraanissa mies ja nainen määritellään toistensa täydentäjiksi ja periaatteessa samanarvoisiksi Jumalan edessä. Toisaalla Koraanissa miehen kuitenkin todetaan olevan naista ylempänä ja sukupuolia koskevan siksi erilaiset säännöt.^{2,3} **Mies** määritellään **perheen pääksi**, mutta taloudellisen päätösvallan lisäksi, miehellä ei tulkita olevan oikeutta päättää naisen asioista yleisesti.^{1,2} Tästä huolimatta, miehet usein päättävät pitkälti perheen ja siinä samalla vaimon ja perheen muiden naisten asioista. Vaimon odotetaan tottelevan päätöksiä, mikäli ne noudattavat islamin lakia. Perherakenteessa **mies hoitaa suhteet perheestä ulos päin ja nainen perheen sisällä**.³

Koraani ohjaa islaminuskoisia, myös miehiä, **pukeutumaan säädyllisesti julkisilla paikoilla**. Säädylliseksi koettu pukeutuminen vaihtelee alueittain, sillä uskonlähteistä ei löydy tarkkaa ohjetta asiaan.^{1,2,3} Yksi jakeista kehottaa naisihmisiä ”panemaan vaateen päänsä yli, jotta heidät tunnettaisiin siveiksi eikä heitä häirittäisi”. Käytännössä musliminaisten pukeutuminen kodin ulkopuolella vaihtelee pään ja kaulan alueen peittävistä huivista erilaisiin koko kehon ja muun vaatetuksen peittäviin takkeihin ja kaapuihin. Kaikkein rajoittavin pukine on burqa, jolla peitetään koko keho päältä maahan saakka ja silmien kohdalla on vain pieni pitsikoristeinen aukko.^{1,4}

Vaikka **musliminaiset peittävät päänsä julkisilla paikoilla**, vain hyvin pieni osa käyttää kasvot kokonaan peittävää huntua.¹ Kasvotunnistusta vaadittaessa vieras arvostaa tilanteen hoitamista mahdollisimman hienotunteisesti ja hunnun käyttäjää kunnioittaen. Tällöin varmistetaan, että naisen kasvoja eivät näe tilanteeseen kuulumattomat, vieraat mieshenkilöt.¹

Länsimaissa kasvot peittävä hunttu liitetään käytännössä aina naisten alistamiseen, mutta monet naiset käyttävät kasvohuntua omasta itsenäisestä päätöksestään joko korostaakseen kulttuuritaustansa tai kertoakseen uskonnollisesta vakaumuksestaan.^{1,3,5} Hunnut ovat myös osa muslimien huippumuotia.⁶ Länsimaissa voidaan ajatella, että naisen asema vapautuu, mikäli hunttu poistetaan. Käytännössä asiassa voi käydä juuri päinvastoin. Mikäli hunnun käyttö kielletään, hunttuun tottuneet naiset liikkuvat todennäköisesti vähemmän julkisilla paikoilla ja heidän asemansa heikkenee eristytymisen myötä.^{1,3,5}

Lähteet: 1 Hämeen-Anttila 2017, 251-254, 265, 267 * 2 Palva 2016, 188-190 * 3 Hallenberg 2016, 26, 36, 63, 64 * 4 Poushter 2014 * 5 Vyver 2017 * 6 Räisänen 28.3.2018

8 Islamilainen ajanlasku, kalenteri ja viikko

Islamilaisessa maailmankuvallisessa aikakäsityksessä ajalla on alku ja päätepiste. Ajan katsotaan alkaneen Jumalan kuusi päivää kestäneestä maailman luomistyöstä, jossa viimeisenä luotiin ihminen. Tällä hetkellä elämme edelleen luomistyön jälkeistä aikaa ja seitsemättä päivää. Aika tulee päättymään Tuomio-päivään, ”jolloin vainajat herätetään kuolleista kuulemaan tuomionsa”.¹

Ajan alkaminen ja ajanlaskun alkaminen ovat kaksi eri asiaa. **Islamilainen ajanlasku** on alkanut ensimmäisen islamilaisen yhteisön perustamisesta. Tämä tapahtui **aurinkokalenterin vuonna 622** profeetta Muhammadin siirtyessä Mekasta Medinaan.¹

Islamilainen kalenteri poikkeaa myös kuukausien määrityksen osalta gregoriaanisesta aurinkokalenteristä. Kuukauden pituus vaihtelee 28 ja 30 päivän välillä, ja **kuukausi vaihtuu toiseen, kun uusi kuu havaitaan**. Vuoden pituudeksi tulee näin ollen 354 päivää eli 11 päivää aurinkokalenterin vuotta lyhyempi. Paastokuukausi ramadan on islamilaisen kalenterin yhdeksäs kuukausi.¹

Islamilainen kalenteri verkossa esimerkiksi osoitteessa;

www.islamicfinder.org/islamic-calendar/.

Kalenterista ovat nähtävissä myös rukouskellonajat paikkakuntaakohtaisesti eri puolilla maailmaa.

Perjantai on islamilaisuudessa pyhäpäivä, ja maissa joissa vielä noudatetaan islamilaista viikkoa, työviikko on sunnuntaista torstaihin.²

Arabian niemimaan maissa noudatetaan jo **pääosin länsimaista työviikkoa** eli maanantaista perjantaihin ja viikonloppua vietetään lauantaina ja sunnuntaina.

Malesiassa työviikko on pääosin länsimainen poikkeuksen tekevät Kedahin, Kelantanin, Johorin ja Terengganun osavaltiot, jossa noudatetaan islamilaista viikkoa.³

9 Valokuvaaminen, ihmisten ja eläinten kuvat

Valokuvaaminen matkoilla **on tärkeää**. Niin Arabimaiden kuin Malesian muslimit ottavat **mielellään ja paljon valokuvia**, joten siihen on syytä varata reilusti aikaa. Matkalla nähty ja koettu halutaan jakaa kuvien suvulle ja ystäville.^{1,2,3} Seurueen ulkopuolisten ei haluta kuvaavan musliminaisia ilman lupaa, koska kuvien ei haluta päätyvän tuntemattomien haltuun.⁴

Vaikka asia ei vaadi toimenpiteitä suomalaisissa matkailuyrityksissä on hyvä tietää, että uskontona islamilaisuus suhtautuu elävien olentojen kuten ihmisten ja eläinten kuviin kielteisesti. Ihmisen yritys luoda elävää olentoa muistuttavaa tai sitä symbolisesti edustavaa teosta nähdään islamilaisuudessa yritykseksi kilpailla Jumalan kanssa. Tieteellisissä teoksissa ja tietokirjoissa ihmisten ja eläinten kuvat ovat sallittuja. Samoin ne ovat sallittuja lattioilla tai tynnyissä, koska niissä kuvia ei palvota. Hallitsijoitten ja menneitten poliittisten johtajien kuvat ovat symbolisesti tärkeitä ja olennainen osa nykypäivän kuvakulttuuria.⁵

Tyypillisiä sisustuksellisia kuvia niin kodeissa kuin julkisissa tiloissa ovat muun muassa; ”Fatiman käsi, Muhammadin yöllisen matkan ratsu Buraq, Alin muuli Duldul ja Profeetan sandaali”.

Islamilaisessa taiteessa ominaispiirteisiä ovat tyylitellyistä, usein viiniköynnös koristeeseen pohjautuvista kasviaiheisista ja geometrisistä kuvioista sommitellut ornamentit eli arabeskit.¹

Esimerkki perinteisestä arabeski kuviosta on nähtävissä kuvassa 2.⁵



Kuva 2. Esimerkki perinteisestä arabeski kuviosta⁶

Lähteet:

1 Pollok 3.10.2017 * 2 Jaafar 27.12.2017 * 3 Halsas 11.2.2018 * 4 Räisänen 28.3.2018 * 5 Palva 2016, 446-452 *

6 Shutterstock; Kuvan käyttöoikeus on kirjoittajalla. Jatkokäyttö on kielletty.

10 Käsitys ylellisyydestä eli luksuksesta

Kansainvälisten asiakasryhmien kohdalla ylellisyys eli luksus tarkoittaa laadukkaita materiaaleja ja tuotteita, designia, tyylikkyyttä, aistikkautta ja jokaisen pienen yksityiskohdan olemista paikallaan. Ylelliseen tuotteeseen kuuluu myös aina laadukas, joustava ja toimiva henkilöpalvelu. Siksi, sanoja ylellisyys ja luksus on käytettävä harkiten.

Arabimaissa käsitys luksuksesta on ainutlaatuisen korkealla tasolla. Kyseisellä markkinalla tulee siksi olla erityisen varovainen siinä, mitä ylellisyystuotteeksi tai -palveluksi kutsuu.

Lähtökohtana on ajateltava, että arabeille luksusta ovat nimekkäiden, maailmanlaajuisesti tunnettujen suunnittelijoiden tuotteet, silkki ja kulta niin koruissa kuin ääriesimerkkinä vesihanoissa ja autoissa.

Tämä ei tietenkään tarkoita, että Suomessa pitäisi olla kultaisia hanoja, mutta on pidettävä huoli siitä, että asiakkaille ei luoda liian korkeita odotuksia.

Malesialaiset käsittävät ylellisyyden kuten kansainväliset asiakasryhmät yleensä.



Kuva 3. Musliminaisen muotokuva.¹

Lähteet: 1 Pixabay

11 Matkustus

Kotimaansa ulkopuolella **muslimeita kiinnostavat kohteet, joissa heidän on mahdollista noudattaa uskontonsa asettamia vaatimuksia.** Toiveet vaatimusten noudattamisen mahdollisuudesta ovat jaettavissa tärkeyden mukaan kolmeen ryhmään. Nämä ovat nähtävissä taulukossa 2.¹

Taulukko 2. Uskonnon vaatimusten noudattamisen tärkeys matkoilla¹

Erittäin tärkeää	Hyvä olla tarjolla	Tuo lisää mukavuutta
Halal-ruoka	Käsisiuihku tai bidee WC:ssä	Ei tarjolla sopimattomia eli kiellettyjä aktiviteetteja esimerkiksi kasino
Rukoustilat	Paastoaikana mahdollisuus syödä myöhään illalla ja aikaisin aamulla	Erilliset uima-altaat ja kuntosalit miehille ja naisille

Erittäin tärkeiksi muslimit kokevat halal-ruoan saatavuuden ja rukoiluun varatut erilliset tilat.¹ Näistä kahdesta rukoustila on vähemmän tärkeä, koska rukouksen voi suorittaa omassa huoneessa.^{2,3}

Hyvä olla tarjolla -asioita ovat käsisiuihku tai bidee WC:ssä sekä paastoaikana mahdollisuus ateroida myöhään illalla ja aamunsarastuksen aikaan.¹

Huomionarvoista on, että paastoaika ramadan ei kuitenkaan ole arabikansalaisille yleinen aika matkustaa Eurooppaan. Poikkeuksen voi tehdä vuosi, jolloin paastokuukausi osuu keskikesän kuumimpaan aikaan. Joissakin islamin maissa kuten Omanissa tulkitaan, että paastoa ei tarvitse noudattaa matkoilla, vaan se voidaan korvata myöhemmin.⁴

Lisää mukavuutta oleskeluun tuo kohteen ja majoituspaikan perheystävällisyys, jossa sopimattomat ja kielletyt aktiviteetit kuten kasinot, yökerhot ja alkoholitarjoilu ovat poissa silmistä.¹ On hyvä huomioida, että osa moderneista muslimista ajattelee täysin päinvastaisesti ja voi haluta ulkomailla ollessaan vierailla yökerhossa tai kasinossa ja nauttia alkoholia. Hienotunteisuus on asiassa valttia.⁴

Mukavuutta lisäävinä koetaan myös naisille ja miehille tarjottavat omat virkistyspalvelut kuten erilliset uima-altaat ja kuntosalit.¹

11.1 Majoitus

Eri majoitusmuodoilla on muslimimatkustajien näkökulmasta niin hyviä kuin huonoja puolia. Nämä ovat nähtävissä taulukossa 3.

Taulukko 3. Eri majoitusmuotojen hyviä ja huonoja puolia muslimimatkustajan näkökulmasta.¹

	Hotellit	Huoneistohotellit	Huoneistot/ Villat
Plussat	<ul style="list-style-type: none">• helppoa ja mukavaa• kaikki palvelut saman katon alla• hyvä sijainti• Concierge-palvelut	<ul style="list-style-type: none">• perhe/seurue voi asua yhdessä• keittomahdollisuus• hotellin palvelut esim. huonepalvelu	<ul style="list-style-type: none">• perhe/seurue voi asua yhdessä• keittomahdollisuus
Miinukset	<ul style="list-style-type: none">• kallista• vähän yhdistettäviä huoneita• kulttuurien yhteentörmäykset	<ul style="list-style-type: none">• kallista• usein liian pieniä yksiköitä, liian vähän huoneita	<ul style="list-style-type: none">• voi olla kaukana keskustasta• ei henkilökuntaa• ei siivousta

Tunnetut **hotelliketjut** koetaan hyvinä, koska ne takaavat brändinsä mukaisen laadun, tuotteen ja palvelun kaikilla markkinoilla. Asuminen on mukavaa ja helppoa, ja palvelut ovat käden ulottuvilla. Huonoina puolina koetaan kallis hinta pitkään oleskeltaessa ja toisiinsa yhdistettävissä olevien huoneiden rajallinen määrä. Huolta aiheuttavat myös mahdolliset kulttuuriset yhteentörmäykset muiden hotelliasukkaiden kanssa.¹

Huoneistohotellit nähdään hyvinä vaihtoehtoina, kunhan yksiköt ovat tarpeeksi isoja ja huoneita on riittävästi koko seurueen tarpeisiin. Keittomahdollisuus tuo vapautta, mutta hotellipalvelut kuten huonepalvelu ovat yleensä haluttaessa saatavilla.¹

Isoissa huoneistoissa ja villoissa on tarpeeksi tilaa koko perheen tai seurueen majoittumiseen ja oleskeluun saman katon alla. Keittomahdollisuus antaa vapauden nauttia osan aterioista kodinomaisesti. Huonoina puolina nähdään mahdollinen sijainti kaukana lomakohteen ydinalueista sekä hotellipalveluiden ja siivouksen puuttuminen.¹ On huomioitava, että varakkaimmat voivat haluta mahdolliselle palveluhenkilökunnalle erillään olevan majoitustilan omiensa läheisyydestä.

Muslimimatkustajien ilmaisemat **huolet ovat palveluntarjoajille mahdollisuus** muokata omaa tarjontaa sopivaksi ja tarjota lisämaksullisia palveluita lisäämään vaihtoehtoon houkuttelevuutta. Tällaisia voivat olla muun muassa päivittäinen siivous ja yksityinen kokki tai aterioiden toimitus villaan.

Puhtaus on muslimille tärkeä asia ja **majoitustilojen** tulee olla hyvin siivottuja. Vuodevaatteiden ja huoneen tulee olla tahrattomia, läikättömiä ja pölyttömiä. Muslimimatkustaja saattaa tarkistaa vuodevaatteiden puhtauden liinavaatteiden alla ja vaatia tarvittaessa uusia, puhtaita vuodevaatteita.²

Kylpyhuoneen ja WC-tilojen tulee olla erityisen puhtaita. WC on uskonnollisessa mielessä, fyysisestä puhtaudesta riippumatta, rituaalisesti likainen tila, joten sinne mennään aina kengät jalassa. Kotioloissa

muslimit käyttävä tarkoitukseen varattuja kenkiä tai sandaaleja.³ Tähän tarkoitukseen majoituspaikassa voi tarjota käyttöön esimerkiksi kylpytossuja.

Osa muslimeista arvostaa mahdollisuutta alkoholittomaan minibaariin huoneessa, tietoa oikeasta rukoussuunnasta ja listausta paikkakunnan halal- ja/ tai etnisistä ravintoloista.

Lähteet: 1 Amadeus 2012 * 2 Pollok 3.10.2017 * 3 Hallenberg & Perho 2010, 38

11.2 Rukoiluhuone

Osa muslimimatkestajista toivoo hotelleissa olevan rukoiluun varatun huoneen. Moni kuitenkin tyytyy islamvähemmistöisissä maissa rukoilemaan omassa huoneessaan. Tieto rukoiluhuoneen tarjoavasta hotellista leviää suusta suuhun suosituksina tuttavapiirissä.¹ Monilla lentokentillä ja ostoskeskuksissa rukoilu-tilat on toteutettu niin, että kuka tahansa uskontokunnasta riippumatta voi hyvillä mielin käyttää tilaa rukoiluun tai muutoin hiljentymiseen. Muslimeja varten tilaan merkitään rukoussuunta.

Rukoustilaan tulee suhtautua arvostavasti, ja myös henkilökunnan tulisi riisua kengät tilan ulkopuolelle. Rukoilijoille tulee antaa rukousrauha eli välttää siivousta tai muuta kulkua huoneessa rukousaikoina.

Rukoussuunnan, qibla, voi merkitä näkyviin niin hotellihuoneessa kuin mahdollisessa rukoustilassa esimerkiksi pienellä tarranuolella tai tilaan sijoitetulla muulla ohjeistuksella.² Nuorempi sukupolvi käyttää rukoussuunnan selvittämiseen verkkopalveluita ja älypuhelinsovelluksia, mutta vanhempi, konservatiivisempi sukupolvi ei välttämättä vielä tee niin.³

Rukoussuunta on tarkistettavissa esimerkiksi seuraavista verkko-osoitteista:

- <http://www.qiblaway.com>
- <http://www.muslimpro.com> - kertoo myös rukousajat paikallisessa ajassa

Qibla kompassi on ladattavissa iPhone ja Android älypuhelimien sovelluskaupoista.

Lähteet: 1 Jaafar 27.12.2017 * 2 Battour 2017 * 3 Pollok 3.10.2017

12 Lähtömarkkina-alue – Arabian niemimaa – Arabikansalaiset

Puhuttaessa Arabian niemimaasta, arabimaista tai **Persianlahden maista** tarkoitetaan tässä yhteydessä maita, jotka kuuluvat Persianlahden yhteistyöneuvoston, ”Gulf Cooperation Council”, taloudelliseen yhteenliittymään. Nämä maat ovat **Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Saudi-Arabia ja Yhdistyneet arabiemiirikunnat**.¹ Ulkopuolelle rajautuu maantieteellisesti alueella sijaitseva Jemen.

Vuonna 2010 **Persianlahden maissa** asui noin 39 miljoonaa asukasta, joista noin 66 prosenttia Saudi-Arabiassa, 11 prosenttia Yhdistyneissä arabiemiirikunnissa ja kolme prosenttia Qatarissa.² Alueen **väestömäärän arvellaan epävirallisiin lähteisiin perustuen olleen vuoden 2017 lopussa noin 52 miljoonaa**. Pääuskonto kaikissa Persianlahden maissa on islam, jota tunnustavien kansalaisten määrä vaihtelee Omanin 75 ja Saudi-Arabian 100 prosentin välillä. Virallisen kielen arabian lisäksi puhutaan kunkin maan historiasta riippuen persiaa, urdua tai hindiä. Liiketyhteisissä sekä keski- ja yläluokanpiirissä käytetään laajasti englantia.²

Lähteet: 1 De lo Fayos & Jongberg 2017 * 2 UNWTO 2012, 3-6

12.1 Matkustajaryhmät

Kaikista Persianlahden maista lähtevistä lomamatkustajista 60 prosenttia on maiden kansalaisia ja loput 40 prosenttia vierastyöläisiä. **Suurin matkustajaryhmä** maiden kansalaisten keskuudessa yli 50 prosentin osuudella ovat vähintään viisihenkiset perheet. **Seuraavaksi suurin** matkustajaryhmä ovat nuoret, alle 35-vuotiaat, hyvin koulutetut, ystäväseurueessa matkustavat miehet. Euroopassa lomailevat kuuluvat kaikkein korkeimmin koulutettujen ja parhaiten toimeentulevien joukkoon. He ovat myös erittäin kokeneita matkustajia, jotka lomailevat ulkomailla useammin kuin muihin maanosiin matkustavat.¹

Nouseva matkustajaryhmä on nuoret, keskenään pienessä ryhmässä ystävien, sisarusten tai muiden sukulaisnaisten kanssa matkustavat musliminaiset. Islamvähemmistöisten kohteiden pitää pystyä takaamaan tälle matkustajaryhmälle turvallisuus niin kohteissa liikkumisen kuin henkilökohtaisen turvallisuuden suhteen. Huivinkäyttö ei saa aiheuttaa turvallisuus riskiä.²

Lähteet: 1 UNWTO 2012, 33-34 * CrescentRating 2018

12.2 Kulttuuriset eroavaisuudet

Kulttuuriset ulottuvuudet ovat **toisistaan riippumattomia mieltymyksiä** ja ne kuvaavat tekijöitä, jotka erottavat tai yhdistävät eri maiden kulttuureja. Kulttuuri käsitetään tässä yhteydessä tietylle ihmisryhmälle tai luokalle, tunnusomaisena ja muista ihmisryhmistä erottavana kokonaisuutena, jonka ihminen oppii elinympäristössään. Kulttuuri sisältää muun muassa sen, miten tervehditään, syödään, osoitetaan tunteita

ja millainen fyysinen etäisyys koetaan ihmisten välisessä kanssakäymisessä luonnolliseksi. Kukin kulttuuriseen ryhmää kuuluva yksilö on aina ainutlaatuinen persoonallisuus, johon vaikuttavat osin syntymässä saatu geeniperimä ja osittain opitut ajattelun, tuntemisen ja käyttäytymisen kulttuurisidonnaiset mallit.¹

Suomesta poiketen **Persianlahden maat ovat kulttuurisesti hierarkkisia, maskuliinisia ja yhteisökeskeisiä yhteiskuntia**. Suomen matalahierarkkisessa kulttuurissa on totuttu toimimaan itsenäisesti eli vastuuta ja valtaa on jaettu myös suorittavaan portaaseen ja suhteet esimiehiin ovat yleensä epämuodolliset. Arabimaiden korkeahierarkkisissa kulttuureissa jokaisella on oma kyseenalaistamaton paikkansa yhteiskunnan eri arvoasteikolla. Työpaikoilla tehtävät käskytetään ylhäältä alas ja suorittavalla tasolla ei ole valtuuksia tehdä päätöksiä. Minkä tahansa päätöksen tai sopimuksen tekijällä tulee olla päätöksentekioikeudesta kertova, tarpeeksi korkea-arvoinen tehtävänimike.² Tämä on hyvä huomioida myös matkailuyrityksissä.

Suomessa ja muissa feminiinisissä kulttuureissa sulaututaan joukkoon, arvostetaan samanarvoisuutta ja omaa yhteiskunnallista asemaa ei tuoda esiin. Maskuliinisissa kulttuureissa, kuten arabimaissa, arvostetaan yleisesti saavutuksia, itsevarmuutta ja menestyksen tuomaa materiaa ja **miehet ovat arkipäivän toiminnassa päättäjiä**. Arabimaissa tätä maskuliinisuutta pehmentää feminiinisiin ominaisuuksiin lukeutuva, uskonnon sanelema vastuu huolehtia heikommin toimeentulevista muun muassa almujen muodossa.²

Suomi on vahvasti yksilökeskeinen yhteiskunta, jossa jokainen huolehtii ensisijaisesti itsestään ja lähiperheyhteistään. **Yhteisökeskeisissä arabikulttuureissa** sitoudutaan vahvasti omaan viiteryhmään, joka on vähintään oma perhe ja suku ja jopa vielä tätäkin laajempi yhteisö. Mahdolliset yksilöön kohdistuneet loukkaukset aiheuttavat häpeää ja kasvojen menetystä eikä syyllisyyden tunteita ja itsetunnon menetystä kuten yksilökeskeisessä Suomessa.²

Lähteet: 1 Hofstede 1992, 17-19 * 2 Hofstede Insights 2017

12.3 Vetovoimatekijät Euroopassa ja Suomessa

Persianlahden kansalaisten mielestä **Euroopan tärkeimmät vetovoimatekijät** ovat kaunis luonto, sää, kaupunkien erinomaisuus lomanviettokohteina, koko Euroopan arvostus korkealle lomailualueena sekä alueen kulttuuri, historia ja nähtävyydet. Euroopassa arvostetaan hyvää infrastruktuuria, sitä, että Schengen-viisumilla voi vierailla useammassa maassa, maasta toiseen liikkuminen on helppoa hyvien liikeneyhteyksien takia sekä lukuisat urheilutapahtumat, joita Euroopassa on mahdollista päästä katsomaan.¹

Suomen valtteja ovat puhdas luonto ja vähäinen ihmismäärä, se, että on paljon tilaa. Luonnosta halutaan nauttia katsellen. Suomen valtiksi voidaan nähdä myös se, että matkustus on statuskysymys ja erityisesti nuoret haluavat löytää esimerkiksi häämatkalleen kohteen, jossa kaikki muut eivät ole olleet.²

Kohteen turvallisuus ja vakaus ovat tärkeitä asioita. Erityisen tärkeää on se, miten muslimeihin suhtaudutaan. Mikäli on aistittavissa vastustusta ja vihamielisyyttä, kohteen maine kärsii nopeasti ja muslimit matkustavat muualle.²

Suurimpina esteinä matkoille Eurooppaan koetaan korkea hintataso, viisumin tarve, viisumin kalleus, tarve viikkojen jopa kuukausien etukäteissuunnitteluun Schengen-viisumin takia ja halal-ruoan tarjonnan vähäisyys.¹ Yhdistyneiden arabiemiraattien kansalaiset eivät ole tarvinneet keväästä 2015 alkaen Schengen-viisumia Eurooppaan ja Suomeen. Maaliskuussa 2018 muiden Persianlahden maiden kansalaiset tarvitsevat sen.³

Lähteet: 1 UNWTO 2012, 91-92 * 2 Pollok 3.10.2017 * 3 Ulkoministeriö

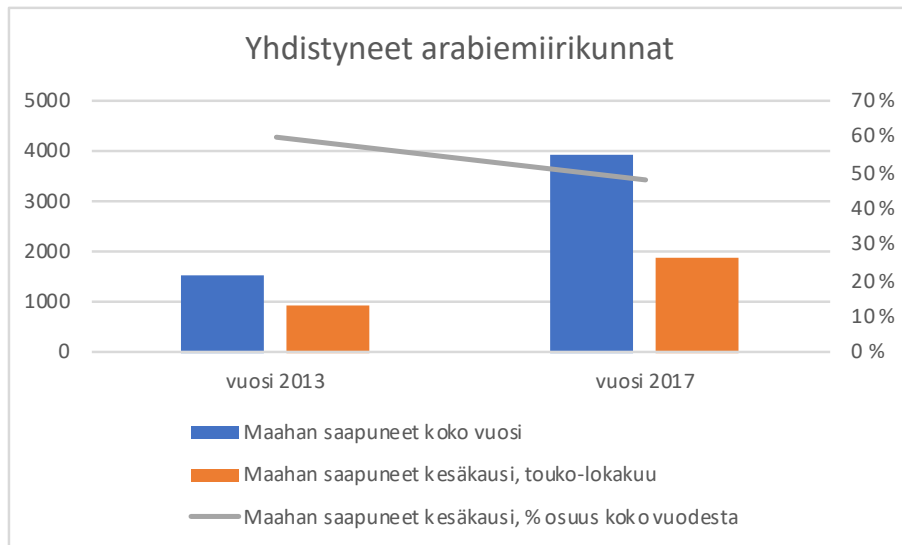
12.4 Matkustusajankohdat ja matkaseurueen koko

Suosituin matkustusaika on heinäkuusta syyskuuhun, jolloin päivälämpötilat kohoavat Arabianniemi-maalla jopa yli 50 °C. Keskimääräinen lomanpituus on tuolloin 20-25 päivää. Erityisesti varakkaimmat arabiperheet, voivat paeta kuumuutta jopa kuukausi leudomman ilmanalan maihin. **Seuraavaksi tärkeimmät loma-ajat** ovat kahden uskonnollisen pyhän ympärillä. Eid al-Fitr juhlistaa paastokuukausi ramadanin ja Eid al-Adha pyhiinvaelluskausi Hajj:n päättymistä. Pyhiinvaelluskauden juhlallisuuksien yhteydessä loma on reilu viikko. Molempien juhlallisuuksien ajankohta muuttuu vuosittain ja on tarkistettavissa islamilaisesta kalenterista esimerkiksi verkko-osoitteessa www.islamicfinder.org/islamic-calendar. Muita selkeitä yhtenäisiä matkustusajankohtia ei ole.¹

Euroopassa keskiarvo oleskelun pituudelle on maasta riippuen 3-4 päivää. Saksassa Saudi-Arabian kansalaiset oleskelevat jopa 19 päivää.¹ **Suomessa oleskelun** keskiarvo pituus on hieman yli kaksi päivää.² Pitkillä lomamatkoilla oleskelu halutaan usein jakaa useamman kohteen tai maan kesken.¹

Yhdistyneiden arabiemiirikuntien kansalaiset **matkustavat Euroopassa** useimmiten maaliskuusta syyskuuhun välisenä aikana, valikoiden myös marras- ja joulukuussa.³ Tämä pitää paikkansa myös Suomen kohdalla. Vuonna 2013 viisi suosituinta **Suomeen saapumiskuukautta** suosituimmuus järjestyksessä olivat elo-, heinä-, kesä, joului- ja syyskuu. Vuonna 2017 ne taas olivat joului-, heinä-, elo-, touko- ja marraskuu.²

Suomessa Persialahden maiden kansalaisia on tilastoitu tulleen maahan Bahrainista, Kuwaitista, Saudi-Arabiasta ja Yhdistyneistä arabiemiirikunnista. Vuonna 2013 Suomeen saapui **Arabiemiirikuntien kansalaisia** 1524 henkilöä, joista 60 prosenttia kesäkaudella toukokuusta lokakuuhun. Vuonna 2017 maahan tulijoita oli 3912 henkilöä, joista kesäkaudella 48 prosenttia. Viiden vuoden aikana maahan saapuneiden määrä on näin ollen hieman yli kaksinkertaistunut. Nämä ovat nähtävissä kuviossa 1.²



Kuvio 1. Suomeen vuosina 2013 ja 2017 saapuneet Yhdistyneiden arabiemiirikuntien kansalaiset ²

Kesälomalle matkustetaan yleensä perheen kanssa, joskus mukaan voi liittyä lisäksi ystäviä. Seurueet ovat kohtuullisen isoja ja vain harvoin alle kymmenen henkilöä.^{1,4} Kuninkaallisten perheiden matkaseurueissa henkilölukumäärä voi nousta useampaan kymmeneen, ja sisältää perheen ja ystävien lisäksi palveluhenkilökuntaa.⁵

Kesäloman ulkopuolisina aikoina matkustus tapahtuu usein pienemmällä seurueella ja jopa pariskunnittain. Häämatkalaiset ovat yksi varteenotettava matkustajaryhmä.^{1,5}

Lähteet: 1 UNWTO 2012, 33-34, 37-41 * 2 Tilastokeskus 2018 * 3 Hahlanterä 2017 * 3 Tilastokeskus 2018 * 4 Amadeus 2016 * 5 Pollok 3.10.2017

12.5 Matkavaraukset

Matkajärjestelyt varataan yleensä lähellä suunniteltua lähtöpäivää. Parhainta mahdollista tarjoushintaa etsivät tekevät varauksensa yleensä alle kuukausi ja jopa vasta viikkoa ennen lähtöä. Varakkaat **luksusmatkailijat ja perheet** varaavat matkansa neljästä viikosta jopa muutamiin kuukausiin ennen aiottua lähtöpäivää.^{1,2}

Persianlahden maiden kansalaisten **lomakohteen valintaan** vaikuttavat eniten perheen ja ystävien suositukset. Alle puolet vähemmän on vaikutusta verkkosivustoilla, joita kuitenkin tutkitaan ahkerasti. Verkkosivusta tärkeimpiä ovat matkanjärjestäjien ja lentoyhtiöiden sivustot, matkavaraussivustot ja blogit.²

Matkavarauksissa **matkatoimistoilla ja matkanjärjestäjillä** on vielä kohtuullisen tärkeä asema, kun kysymyksessä on perheloma, tai kohde on tuntematon. Yhä useampi yksityismatkustaja kuitenkin varaa lennot ja hotellin suoraan palveluntarjoajalta.^{1,2,3}

Naisilla on vahva rooli perheiden lomamatkan suunnitteluprosessissa. Kohdetta mietittäessä vaimon mielipiteellä on suuri vaikutus ja myös lapsia kuullaan. Mies tekee lopullisen päätöksen vaimonsa ohjaamana. Lentojen ja hotellien varaaminen on yleensä miehen tehtävä, johon vaimo ei osallistu. Kohteessa tapahtuvien aktiviteettien tutkiminen ja varaaminen taas jäävät naiselle. Mies antaa niihin omia ehdotuksiin, samoin lapset. Vaimo voi antaa ohjeita matkan logistiikkaan, mutta kaiken toimivuus on miehen vastuulla. Kaikki muut matkaan liittyvät valmistelut ovat perheessä vaimon vastuulla ja mies osallistuu tekemällä yleensä sen, mitä hänen käsketään tehdä.¹

Verkko-ostamiselle on aiemmin asettanut rajoitteita se, että islamin laki kieltää koronperintään perustuvat maksujärjestelmät eli käytännössä luottokortit. Kaikki muslimit eivät ole piittänyt laista, vaan ovat käyttäneet luottokortteja.⁴ Tänä päivänä **islamilaisten pankit** yhteistyössä kansainvälisten luottokorttiyhtiöiden kanssa tarjoavat arabimarkkinoille suunniteltuja sharia-lain mukaisia, **korottomia luottokortteja**.⁵ Verkko-ostamisen esteet ovat näin laillisesti madaltuneet.

Lähteet: 1 Amadeus 2016 * 2 UNWTO 2012, 42-43, 105-106 * 3 Hahlanterä 2017 * 4 IstiZada a * 5 United Arab Bank 2018

12.6 Majoituksen taso

Arabikansalaiset suosivat **kansainväliselle tasolle** yltäviä neljän ja viiden tähden hotelleja sekä useamman makuuhuoneen huoneistoja ja villoja. Hotelleissa on tärkeää voida yhdistää osa käyttöön varatuista huoneista toisiinsa väliovella.¹

Lähteet: 1 UNWTO 2012, 41-42

12.7 Lomatyypit ja aktiviteetit lomalla

Lomatyypeistä suosituimmat ovat kaupunki- ja kulttuurilomat, ostosmatkat, teema- ja huvipuistovierailumatkat, lomat vuoristossa ja kiertomatkat/ autolomat.¹

Loma-aktiviteeteista tärkeimpiä ovat kävelyt kohteessa ja ilmapiiristä nauttiminen, nähtävyyksien katselu ja kiertoajelut, vierailut teema- ja huvipuistoissa, ajan viettäminen ostoksilla/ ostoskeskuksissa ja käynnit puistoissa ja puutarhoissa.¹

Perheen yhteisillä lomilla on tärkeää viettää yhteistä aikaa miellyttävässä ja rentouttavassa ilmapiirissä, nauttia kauniista maisemista ja vierailla lapsille soveltuvissa teema- ja huvipuistoissa.¹ Koko perhe on tyytyväinen, kun lapset ovat tyytyväisiä.²

Tunnetuimpia asioita Suomessa ovat Lappi, revontulet ja joulupukki. Muumit ovat nouseva kiinnostuksen kohde. Vanhempipolvi nauttii luonnosta katsellen, ei niinkään itse tehden, lyhyitä, rauhallisia kävelyitä lukuun ottamatta. Moottorikelkka- tai koiravaljakkosafareilla istutaan mielellään kyydissä. Luonnonpuistot

kiinnostavat. Nuoremmat tekevät asioita itse esimerkiksi talvella laskettelevat tai moottorikelkkailevat ja kesällä melovat.²

Muslimimatkustajien kohdalla tulee aina muistaa, että alastomuus ei ole luonnollista. Jos matkustaja haluaa kokeilla saunomista sen tulisi voida tapahtua mahdollisimman yksityisesti ja uima-asua käyttäen.

Häämatkalaisia kiinnostavat esimerkiksi kesällä Helsinkiin ja Turkuun yhdistettynä romanttinen kartanohotelliyöpyminen ja luksusveneristeily saaristoon ja talvella Lapin luminen eksotiikkaa, yöpyminen lasi-iglussa ja joulupukin tapaaminen.²

Naisia kiinnostavat hemmottelevat kylpylä- ja kauneushoidot.³

Arabikansalaiset **haluavat tehdä ostoksia**. Mieluisia ostospaikkoja ovat isot **ostoskeskukset ja tavarat**. Tuotteista kiinnostavat eniten kosmetiikka, alusasut, vaatteet, tekstiilit ja kengät sekä hopea- ja kultakorut.^{1,2} Isot, kansainväliset brändit ovat kaikki edustettuina Persianlahden maissa, joten niitä ei yleensä osteta matkoilla ollessa.⁴ Monet haluavat myös nähdä arabialaisen, elämää kuhisevan souk-markkinan suomalaisen version, joten **torit ja kauppahallit** ovat siksi mielenkiintoisia käyntikohteita.⁵

Lähteet: 1 UNWTO 2012, 43-44, 46 * 2 Pollok, 3.10.2017 * 3 Räisänen 28.3.2018 * 4 Hahlanterä 2017 * 5 Halsas 11.2.2018

12.8 Palvelutilanteet

Persianlahden kansalaiset ovat **tottuneet saamaan huomattavasti enemmän palvelua** kuin mikä meillä pohjoismaissa on normaalia. Osa arabeista on hemmoteltuja, joka näkyy palvelutilanteiden hektisyytenä. Palvelun odotetaan tapahtuvan heti ja laadukkaasti.^{1,2,3} Asiakkaat pidetään tyytyväisinä ystävällisellä ohjauksella, vaikka henkilökuntaa ei olisikaan tarjolla yhtä runsaasti kuin heillä kotioiloissa on.²

Itsepalveluperiaate on selitettävä ja myytävä arabeille, ja mieluiten varmistettava henkilökohtainen palvelu. Kuninkaallisten perheiden tai muutoin erittäin varakkaiden kohdalla itsepalveluun perustuvia paikkoja on syytä välttää.^{1,2} **Varakkaimmat** suosivat Fine Dining -ravintoloita, joissa palvelu on yleensä ensiluokkaa.¹

Kaikkein varakkaimmat käyttävät usein mielellään yksityisiä, juuri heitä varten räätälöityjä, korkealaatuisia palveluita ja tuotteita. Näiden yhteydessä on tärkeää varmistaa, että taso on tasalaatuinen alusta loppuun saakka myös henkilöpalvelun osalta. Osassa arabimaista vieraat miehet ja naiset ovat hyvin vähän tekemisissä keskenään arkipäiväisissä elämäntilanteissa. Tämä vaikuttaa myös siihen, millaisiksi palvelutilanteet koetaan. Saman sukupuolisten kanssa asioiminen koetaan yleensä miellyttävämmäksi ja sujuvammaksi.⁴

Persianlahden maissa alimman tason vierastyöläisiä kuljetetaan työpaikalle täyteen ahdetuilla busseilla, joten bussikuljetuksilla ei ole kaikkein rikkaimpien joukossa hyvä mielikuva. Maakuljetuksissa on tämän

takia mahdollisuuksien mukaan parasta suosia laadukkaita henkilöautoja ja minibusseja sekä junia.²

Yksityiskuljetuksissa auton tulee olla seurueen kokoon suhteutettuna tilava. Esimerkiksi kymmenen hengen seurueelle tulisi varata tilaa 20 henkilön mukaan.⁴ Autojen tulee olla kiiltävän puhtaita niin sisältä kuin ulkoa.²

Lähteet: 1 Hahlanterä 2015 * 2 Pollok 3.10.2017 * 3 Halsas 11.2.2018 * 4 Khan, Ro, Gregory & Hara 2016, 51-54

12.9 Sosiaalisen median kanavat

Arabian niemimaalla sosiaalisen median kanavista suosituin on Facebook, joka julkaistiin arabiankielisenä vuonna 2009. Sen käyttö on laajentunut nopeasti. Vuonna 2011 Facebookia käytti Persianlahden alueen asukkaista 20 – 45 prosenttia, ja vuonna 2017 käyttäjämäärät vaihtelivat jo Omanin noin 31 prosentista Qatarin 94 prosenttiin.^{1,2} Twitterin, LinkedInin ja Instagramin käyttäjämäärät ovat huomattavasti vaatimattomampia.^{1,2,3}

Annettuja lukuja kannattaa käsitellä erittäin viitteellisinä, sillä kehitys arabimaissa tapahtuu kiivaaseen tahtiin ja tieto vanhennee nopeasti.

Lähteet: 1 Miniwatts Marketing Group 2017 * 2 UNWTO 2012, 62 * 3 Salem 2017, 44-60

12.10 Käsitys ajasta

Monilla Persianlahden maiden kansalaisilla on vaikeuksia noudattaa annettuja aikatauluja. Ohjelmien, retkien ja kuljetusten aikatauluihin on syytä varata puolen tunnin myöhästymisvara.¹

Lähteet: 1 Pollok 3.10.2017

13 Lähtömarkkina-alue – Arabian niemimaa – Varakkaat vierastyöläiset

Arabimaissa kansalaisten lisäksi kiinnostava potentiaalinen matkustajaryhmä ovat **korkeapalkkaiset ekspatriaatit eli vierastyövoima**.^{1,2} Kaikkiaan alueen väestöstä vierastyöläisiä on yli kolmasosa. Eniten heitä on Qatarissa lähes 90 prosenttia ja vähiten Omanissa virallisesti hieman alle 30^{1,3} ja epävirallisesti noin 50⁴ prosenttia⁴ koko maan väestöstä. Suurin osa vierastyöläisistä on pienipalkkaisia aasialaisia, mutta liike-elämän monimuotoistuminen on tuonut maihin yhä kasvavan joukon korkeapalkkaisissa tehtävissä toimivia, pääasiassa länsimaisia asiantuntijoita.^{1,3} Vierastyöläisten joukossa voi olla **myös muslimeita**.²

Lähteet: 1 UNWTO 2012, 33-34, 37-41 * 2 Pollok 3.10.2017 * 3 UNWTO 2012, 14 * 4 Räisänen 28.3.2018

13.1 Matkustusajankohdat ja matkaseurueen koko

Varakkaat vierastyöläiset viettävät vuosilomaansa usein kotimaassaan, mutta tekevät lisäksi lomamatkoja muihin kohteisiin. Euroopassa he matkustavat usein yksin, pariskuntana tai neljän hengen seurueena.¹

Lähteet: 1 UNWTO 2012, 33-34, 37-41 * 2 Pollok 3.10.2017 * 3 UNWTO 2012, 14 * 4 Hahlanterä 2017

13.2 Matkavaraukset

Matkavaraukset tehdään yleensä viimeistään neljä viikkoa ennen aiottua lähtöpäivää.^{1,2}

Lähteet: 1 Amadeus 2016 * 2 UNWTO 2012, 42-43, 105-106

13.3 Majoituksen taso

Majoitusmuodot ovat suosituimmuus järjestyksessä neljän ja viiden tähden hotellit, kolmen tähden hotellit ja yksityismajoitus.¹

Lähteet: 1 UNWTO 2012, 41-42

13.4 Lomatyytit ja aktiviteetit lomalla

Lomatyypeistä suosituimpia ovat vierailut ystävien ja sukulaisten luona, kaupunki- ja kulttuurilomat, rantalomat, lomat vuoristossa sekä maaseudulla.¹

Loma-aktiviteeteista tärkeimpiä ovat kävelyt kohteessa ja ilmapiiiristä nauttiminen, nähtävyyksien katselu ja kiertoajelut, ulkona syöminen, rentoutuminen, hotellista ja sen palveluista nauttiminen sekä vierailu ystävien ja perheen luona.¹

Lähteet: 1 UNWTO 2012, 43-44, 46

14 Lähtömarkkina-alue - Malesia

32 miljoonan asukkaan Malesia on kulttuurisesti monimuotoinen ja **60 prosentin osuudella islamenemistöinen maa**.^{1,2} Seuraavaksi eniten maassa on buddhalaisia noin 19 prosenttia, kristittyjä 9 prosenttia ja hinduja kuusi prosenttia väestöstä. Loput kuusi prosenttia jakautuvat erilaisten pienempien uskontokuntien kesken. Väestö perustuu pääosin kolmeen etniseen ryhmään, joista suurin noin 65 prosentin osuudella on maan alkuperäisväestö bumiputrat, suomeksi maan pojat, sen jälkeen kiinalaiset ja sitä seuraavana intialaiset. Malesian virallinen kieli on malaiji, Bahasa Malaysia, mutta englantia puhutaan laajasti.²

Lähteet: 1 Department of Statistics, Malaysia 2015 * 2 UNWTO 2017, 142

14.1 Kulttuuriset eroavaisuudet

Kuten Arabian niemimaan kohdalla jo todettiin, kulttuuriset eroavaisuudet kuvaavat ihmisryhmän tai -luokan eroja tai samankaltaisuuksia. Yksilöt voivat poiketa kulttuurisesta viiteryhmästään.

Malesia on **kulttuurisesti hierarkkinen, maskuliininen ja yhteisökeskeinen yhteiskunta, jossa siedetään hyvin epävarmuutta**.

Korkeahierarkkisessa kulttuurissa jokaisella on paikkansa yhteiskunnan erilaisilla arvoasteikolla. Tehtävät käskytetään ylhäältä alas ja **suorittavalla tasolla ei ole valtuuksia tehdä päätöksiä**. Minkä tahansa päätöksen tai sopimuksen tekijällä tulee olla päätöksenteko oikeudesta kertova, tarpeeksi korkea-arvoinen tehtävänimike.¹ Tämä on hyvä huomioida myös matkailuyrityksissä.

Maskuliinisissa kulttuureissa arvostetaan yleisesti saavutuksia, itsevarmuutta ja menestyksen tuomaa materiaa ja miehet ovat arkipäivän toiminnassa päättäjiä. Malesiassa kokonaismaskuliinisuutta pehmentää maan monikulttuurisuus sekä feminiinisiin ominaisuuksiin lukeutuva, valtauskonto islamin sanelema vastuu huolehtia heikommin toimeentulevista muun muassa almujen muodossa¹.

Yhteisökeskeisessä Malesiassa sitoudutaan vahvasti omaan perheeseen ja sukuun. Mahdolliset yksilöön kohdistuneet loukkaukset aiheuttavat häpeää ja kasvojen menetystä eikä niinkään syyllisyyden tunteita ja itsetunnon menetystä kuten yksilökeskeisessä Suomessa.¹

Toisin kuin suomalaiset malesialaiset sietävät hyvin epävarmoja tilanteita. Sääntöjä ei haluta olevan välttämätöntä enempää ja mikäli niistä joku lakkaa toimimasta, se halutaan muuttaa mahdollisimman pian.¹ Tarkkuus ja täsmällisyys eivät ole kulttuurisesti luontaisia ominaisuuksia.¹

Lähteet: 1 Hofstede Insights 2017

14.2 Vetovoimatekijät Euroopassa ja Suomessa

Vetovoimatekijöinä Euroopassa ja Suomessa nähdään neljä vuodenaikaa ja erityisen kiinnostavina talven ja lumen eksotiikka sekä kevään ja alkukesän kukkaloisto.¹ Kiinnostusta herättävät myös trooppiseen ilman alaan tottuneelle erilaisina näyttäytyvät raikas ilma, kirkas sininen taivas, vehreät metsät, meri ja järvet, linnusto ja kasvisto.^{1,2} **Turvallisuus** on erittäin tärkeää niin matkustukseen kuin matkakohteeseen liittyen.³ **Kaukomatkat** ovat statuskysymys, joista osa mielellään jopa hieman kerskuu sosiaalisen median kanavissa.³

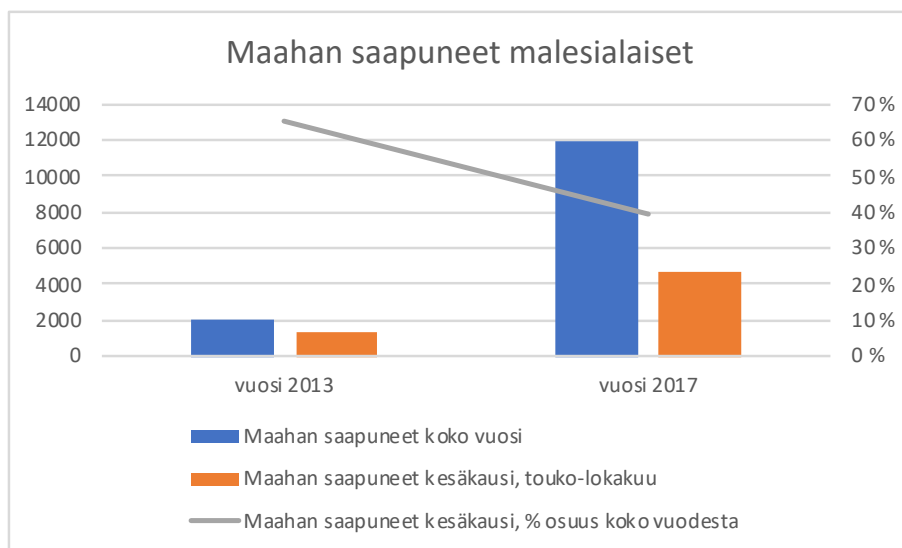
Lähteet: 1 Jaafar 27.12.2017 * 2 Halsas 11.2.2018 * 3 UNWTO & Tourism Australia 2013, 73

14.3 Matkustusajankohdat ja matkaseurueen koko

Malesialaisten suosiossa ovat matkat lähialueen kohteisiin, joihin matkustetaan yleensä perheen kanssa koulujen loma-aikoina kesäkuussa sekä marras- ja joulukuussa.^{1,2}

Eurooppaan matkustetaan useimmiten talvella tai keväällä.³ Vuonna 2013 malesialaisten viisi suosituinta saapumiskuukautta **Suomeen** olivat suosituimmuus järjestyksessä kesä-, elo-, heinä-, touko- ja syyskuu. Vuonna 2017 ne taas olivat joului-, helmi-, syys-, loka- ja marras.⁴

Suomessa tilastoidut **malesialaisten maahan saapumiset** ovat nousussa. Vuonna 2013 Suomeen saapui 2018 malesialaista, joista 65 prosenttia saapui kesäkaudella toukokuusta lokakuuhun. Vuonna 2017 tulijoita oli jo 11856 henkilöä, joista 40 prosenttia kesäkaudella. Viiden vuoden aikana maahan saapuneiden määrä on näin ollen yli viisinkertaistunut ja talvesta tullut kesää suosittumpi. Nämä nähtävissä kuviossa 2.⁴



Kuvio 2. Maahan saapuneet malesialaiset vuosina 2013 ja 2017⁴

Malesian viralliset pyhäpäivät ja koulujen loma-ajat näkyvät muun muassa verkko-osoitteessa <https://publicholidays.com.my/2018-dates/>.

Malesiassa tyypilliseen keskiarvoperheeseen kuuluu vanhempien lisäksi kolme lasta.³

Kaukomatkoille, kuten **Eurooppaan matkustetaan** yleisimmin puolison, ystävien ja/ tai muutaman ystäväpariskunnan kanssa.³

Malesialaisten kohdalla on hyvä huomioida, että kansalaisuus ei kerro matkustajan uskonnosta ja mahdollisista erityistarpeista.

Lähteet: 1 Chubb 2017 * 2 Vase 2017 * 3 Jaafar 27.12.2017 * 4 Tilastokeskus 2018

14.4 Matkavaraukset

Malesialaiset varaavat matkansa yleensä myöhäisessä vaiheessa.¹

Matkat suunnitellaan mahdollisimman valmiiksi etukäteen. Alle 45-vuotiaat ostavat matkapaketit useimmiten verkossa, sitä vanhemmat ottamalla yhteyttä matkanjärjestäjään. Noin 5-10% matkustajista varaa lennot ja hotellin suoraan palveluntarjoajalta.¹

Matkailuun liittyvien **aktiviteettien suunnittelussa** perheen ja ystävien suositukset ja internet koetaan tärkeimmiksi tiedonlähteiksi. Matkatarjoukset ja informatiiviset esitteet vaikuttavat prosessiin jonkin verran. Videosisällöt ovat erittäin tärkeitä ja niitä katsotaan eniten matkan suunnitteluvaiheessa matkakohdetta etsittäessä ja aktiviteetteja mietittäessä. Videoissa tärkeää on sisältö, johon on helppo samaistua, videoiden esiin tuomat hyvät ja huonot kokemukset, asiantuntijoiden matkavinkit ja matkailuyritysten tuottamat sisällöt.²

Käteinen on Malesiassa edelleen suosituin maksuväline, mutta **maksukorttien käyttö yleistyy nopeasti**.⁴ Vuoden 2017 kesäkuussa 18 prosentilla eli noin 3,6 miljoonalla 20–74 -vuotiaista malesialaisista oli vuoden 2017 kesäkuussa käytössään luottokortti.³ Käytössä on niin perinteisiä kuin sharia-lain mukaisia, islamilaisten pankkien yhteistyössä kansainvälisten luottokorttiyhtiöiden kanssa tarjoamia, korottomia luottokortteja.^{5,6}

Lähteet: 1 Jaafar 27.12.2017 * 2 Vase 2017 * 3 Astro Awani 2017 * 4 Ho 2017 * 5 Joifin 5.10.2017 * 6 Dali, Yousafzai, Hamid 2015

14.5 Majoituksen taso

Malesiasta tulevien matkustajien budjetit vaihtelevat ja myös majoituksen tason tarve vaihtelee. Osa etsii vaatimattomampia ja edullisempia ja osa taas laadukkaampia ja kalliimpia majoitusvaihtoehtoja.¹

Lähteet: 1 Jaafar 27.12.2017

14.6 Palvelutilanteet

Malesialaiset ovat tottuneet siihen, että asiakaspalveluhenkilökuntaa on riittämiin ja palvelu on ystävällistä, laadukasta ja toimivaa. Itsepalveluperiaatteen yleisyys Suomessa on hyvä selittää heti vierailun aluksi.

Malesian muslimit ovat yleensä hyvin suvaitsevaisia ja rentoja vieraita. Uskontoon ja kulttuuriin kohdistuvat töykeät ja asiattomat kommentit koetaan kuitenkin loukkaavina ja ne lopettavat yleensä mielenkiinnon keskustelukumppania kohtaan.¹

Lähteet: 1 Jaafar 27.12.2017

14.7 Aktiviteetit lomalla

Malesialaisia kiinnostaa monenlainen liikkumiseen ja luontoon liittyvä tekeminen, ylipäätään kaikki, mikä on erilaista kuin kotona. Tällaista ovat muun muassa metsä, meri, järvet, linnusto, kasvisto, pilkkiminen, avantouinti, sauna, soutaminen ja saaristoristeilyt.¹

Muslimimatkustajien kohdalla tulee aina muistaa, että alastomuus ei ole luonnollista, joten saunassa tulee voida käyttää uima-asua.²

Malesialaiset **tekevät mielellään ostoksia** lomaillessaan. Pääosin halutaan ostaa kansainvälisiä merkkituotteita tai tuotteita, joita saa vain kyseisestä maasta tai kohteesta.² Torit ja kauppahallit ovat myös monien mielestä kiinnostavia käynti- ja ostospaikkoja.¹

Lähteet: 1 Halsas 11.2.2018 * 2 Jaafar 27.12.2017

14.8 Sosiaalisen median kanavat

Malesiassa sosiaalisen median kanavia käyttää aktiivisesti 71 prosenttia väestöstä eli noin 22 miljoonaa henkilöä. Kanavista suosituimmat ovat lähes yhtä suurella käyttäjämäärällä Youtube ja Facebook, kolmanneksi nousee Instagram.¹

Lähteet: 1 We are social 2017

14.9 Käsitys ajasta

Malesialaiset **ovat usein myöhässä**. Lähtöajaksi on hyvä ilmoittaa puoli tuntia todellista takarajaa aikaisempi kellonaika.¹

Lähteet: 1 Jaafar 27.12.2017

15 Ruoka ja juoma

Muslimille sallitun **halal-ruokavalion lähtökohtana** ovat ruoan hygieeninen puhtaus ja saastumattomuus sekä terveelliset, islamin laissa sallitut ruoka-aineet. Tässä yhteydessä saastumaton tarkoittaa ruokaa ja ruoka-aineita, jotka eivät ole olleet kosketuksissa kiellettyihin raaka-aineisiin tai sisällä kiellettyjä ainesosia.¹

Halal-ruokavalion **sallittuja ruoka-aineita** ovat vihannekset, hedelmät, viljat, palkokasvit, maitotaloustuotteet, kalat ja äyriäiset sekä sallituista eläimistä islaminopin mukaan teurastettu liha.^{2,3}

Muita yleensä soveltuvia ruoka-aineita ovat kasvikset, marjat, ryynit ja hiutaleet, maito, kasviöljyt, voi ja kananmuna.⁴ Islamin maissa yleisimmin käytetty liha on lammasta. Suosittua on lisäksi siipikarja kuten kana. Arabimaissa käytetään nykyisin myös aikaisempaa enemmän naudanlihaa.²

Halal-lihan teurastajan tulee olla islaminuskoinen ja suorittaa lihalle teurastuksen kuluessa uskonnollinen lyhyt, sanallinen siunaus- ja kiitosrituaali. Islamin maissa teurastaja leikkaa eläimen laskimo- ja valtimo-suonet sekä henki- ja ruokatorven poikki nopeasti yhdellä veitsen vedolla. Suomessa laki vaatii, että eläin lisäksi tainnutetaan sähköiskulla juuri ennen leikkaustoimenpidettä. Islaminusko määrää teurastamaan vain terveitä eläimiä ja suorittamaan teurastuksen kärsimystä aiheuttamatta. Veri tulee valuttaa pois lihasta mahdollisimman tarkasti.^{1,2}

Halal-ruokavalion **kiellettyjä ruoka-aineita** ovat sianliha ja kaikki sianlihatuotteet kuten kinkku, pekoni ja sianrasva, veri kaikissa muodoissa ja muutoin kuin islaminopin mukaan teurastettu liha.

Kiellettyjä ovat myös itsestään kuolleet eläimet sekä petoeläimet ja -linnut, jotka syövät kiellettyjä asioita eli toisten eläinten raatoja ja verta. Kiellettyihin kaloihin lukeutuvat esimerkiksi nahkiaiset ja ankeriaat.²

Sian käyttökielto koskee myös tuotteita, joiden valmistukseen on käytetty osia sianruhosta. Tällainen tuote voi olla esimerkiksi liivate, emulgointiaine, eläinrasvaseos, jonka rasvanlähde ei ole eritelty tai eläinproteiinijauhe.³ Sianrasvaa tai liivatetta voidaan käyttää makkaroiden, pasteijoiden ja muissa leipomotuotteissa, perunalastuissa, suklaapatukoissa ja meijerituotteissa kuten jugurtissa, margariinissa ja jäätelössä. Taulukossa 3 on koottuna ruoka-aineita ja niissä mahdollisesti käytettäviä halal-ruokavaliossa kiellettyjä aineita.^{2,4}

Taulukko 3. Ruoka-aineissa mahdollisesti käytettäviä, halal-ruokavaliossa kiellettyjä ainesosia^{2,4}

	Eläinrasva	Emulgointiaineet	Stabilointiaineet	Liivate
hillot, marmeladit, hyytelöt		x	x	
mehut		x	x	
leipä, leivonnaiset, muut leipomotuotteet	x	x	x	x
juusto, jogurtti, jäätelö	x	x	x	x
kalavalmisteet		x	x	
makkarat	x			x

Lähteet: 1 AmalMerge 2004, 3-12 * 2 Hallenberg & Perho 2010, 39, 44, 48-50, 55-56, 61-60 * 3 Med-Diet Inc. 2010 *

4 Elintarvikevirasto

15.1 Ruoan säilytys ja valmistus

Halal-ruoan **säilytykseen, valmistukseen ja tarjoiluun** ei tarvitse varata omaa keittiövälineistöä, kunhan käytössä oleva tarpeisto pestään huolellisesti aina ennen halal-ruoan valmistusta, tarjoilua ja säilytystä.

Ruoka on halal vain, mikäli se ei ole ollut kosketuksissa kiellettyjen ruoka-aineiden kanssa.^{1,2} Kädet tulee pestä hyvin ja vaihtaa suojakäsineet uusiin aina, kun on käsitelty muslimilta kiellettyjä raaka-aineita, ruokia tai alkoholia. Grillattaessa tai paistettaessa tulisi käyttää erillistä grilliä tai paistolevyä tai valmistaa halal-ruoka ensin. Vähimmäisvaatimus on, että halal-ruoka valmistetaan grillin tai paistolevyn toisessa päässä erillään muista ruoka-aineista. Tarjoilutilanteessa halal-ruoka tarjotaan omissa astioissaan ja niille tulee varata erilliset ottimet, joilla ei ole koskettu eikä kosketa muuhun ruokaan.¹

Halal-ruokaan käytettävät ainekset tulee **säilyttää ja suojata** niin, että ne eivät joudu kosketuksiin kiellettyjen ruoka-aineiden kanssa. Halal-tuotteet on hyvä sijoittaa kylmiössä ja kaapeissa ylemmille hyllyille, jotta niiden päälle ei vahingossa tipu mitään sopimatonta ja kiellettyä.¹

Alkoholin käyttö ruoan valmistuksessa ei ole sallittu. Tiukimmin asiaan suhtautuville muslimille ei siis voi tarjota esimerkiksi kastikkeita, patoja ja leivonnaisia, joitten valmistuksessa on käytetty alkoholia kuten esimerkiksi viiniä, likööriä ja olutta. Edes Alkon tarjonnasta löytyviä täysin alkoholittomia, nolla prosenttisia viinejä ei voi käyttää, mikäli niiden valmistustapa on sama kuin alkoholillisilla vastaavilla tuotteilla.³ Kielto koskee myös uutteita kuten vaniljauutetta.¹ Ruokaohjeissa mainitun oluen ja calvadosin voi korvata esimerkiksi omenamehulla, viinin sokeroimattomalla rypälemehulla ja brandyn persikkamehulla tai -pyreella.²

Lähteet: 1 Med-Diet Inc. 2010 * 2 Maffei 2016, 20, 25 * 3 AmalMerge 2004, 7

15.2 Alkoholi

Islaminusko suhtautuu kielteisesti päihdyttäviin nautintoaineisiin, kuten olueen ja viiniin. Uskonoppineet ovat tulkinneet Jumalan kieltäneen muslimeilta viinin juovuttavana aineen. Tähän perustuen kaikki nykypäivän **alkoholipitoiset juomat ovat kiellettyjä**, vaikka niitä jokaista ei islamin kirjallisissa lähteissä erikseen mainita.¹ Alkon tarjonnassa olevat täysin alkoholittomat, nolla prosenttiset viinit ja kuohuviinit eivät myöskään ole sallittuja silloin kun valmistustapa on sama kuin vastaavilla alkoholipitoisilla tuotteilla.²

Kaikki muslimit **eivät noudata alkoholin käytön kieltävää sääntöä tiukasti** ja osa nauttii sitä mielellään ulkomailla ollessaan. Asiaan kannattaa suhtautua hienotunteisesti ja tiedustella kohteliaasti vieraalta.⁴ Juomalistaa esitellessä on siis hyvä opastaa asiakkaalle niin alkoholittomien kuin alkoholia sisältävien juomien listaukset. Etukäteen tilattujen juomien mahdollinen alkoholisisältö tulee aina kertoa selkeästi ja varata tarjolle alkoholiton vaihtoehto.⁵

Lähteet: 1 Hämeen-Anttila 2017, 232 * 2 AmalMerge 2004, 7 * 4 Räisänen 28.3.2018 * 5 Pollok 3.10.2017

15.3 Ruokatottumukset Persianlahdella ja Malesiassa

Eri **Persianlahden** maista tulevien ruokatottumukset ovat yleisesti ottaen hyvin samantapaisia. Eniten vaihtelua tulee tottumuksessa syödä kalaa ja äyriäisiä. Matkoilla ollessaan arabikansalaiset maistelevat mielellään länsimaisia ruokia, mutta parin päivän välein on hyvä saada tutumpia makuja. Arabikeittiön jälkeen seuraavaksi suosituimpia ovat intialainen ja muiden Lähi-idän tai Aasian maiden ruoka.^{1,2}

Malesian ruokakulttuuri on sekoitus maassa asuvien eri etnisten väestöryhmien kulttuureja. Vahvimmat vaikutteet ovat peräisin kiinalaisilta ja intialaisilta sekä alkuperäisväestö bumiputrilta.

Suurin osa malesialaiset syö riisiä kaikilla aterioilla, myös aamiaisella. Tämä on hyvä huomioida ateriatarjoiluja suunnitellessa.

Asiakkaat ovat aina yksilöitä, joiden tottumukset ja halu kokeilla uutta vaihtelevat. Osa muslimeista odottaa ruoan täyttävän halal vaatimukset, osa kieltäytyy vain alkoholista ja sianlihasta ja osa pelkää sianlihasta.

Alla on esimerkkejä aterioista ja totutuista ruokailuajoista.

Aamiainen kotona yleisimmin klo 06.00-09.00.³ Hotelliaamiainen noin klo 08.00-11.00.⁴

Persianlahden maat: teetä, kahvia, vaaleaa leipää, tuorejuustoa, juustoa, kananmunia tai esimerkiksi munakasta, jugurttia, taateleita, tuoreita hedelmiä, makeita leivonnaisia.^{3,4}

Malesia: Riisiä lisukkeineen, makeaa juomaa esimerkiksi Teh Tarik eli tee kondensoidun maidon kera tai kahvi sokerin ja kondensoidun maidon kera.⁵ Etnisestä taustasta riippuen suosittuja ovat myös kananmunat eri muodoissa, Dim Sum –nyytit, nuudeliikeitto ja vaalea leipä voin ja hillon kera.

Lounas Persianlahden maissa noin klo 14.00-15.00.^{3,4} Malesiassa klo 12.00-14.00.⁵

Persianlahden maat: Osa syö jotain pientä ja suhteellisen kevyttä esimerkiksi kevätrullia, piiraita tai pienen risoton⁴, osa taas haluaa tuhdimpaa ruokaa.²

Malesia: Riisiä ja sen kanssa 1-3 lisuketta, jotka voivat olla kalaa, kanaa, halal-lihaa tai kasviksia.⁵

Illallinen noin klo 20.00-24.00.³

Persianlahden maat: vihannes-, kala-, kanapataa/ -paistosta, halal-lihaa esimerkiksi vartaissa, riisiä tai kuskusia, lihan kanssa myös linssejä voissa, kasvistäytteisiä vihanneksia, tabuleh-salaattia, vihreää salaatti kurkun, tomaatin ja sipulirenkaiden kera, oliiveja, leipää, seesamitahnaa, juustoa.^{3,4}

Salaattiainekset voi myös asettaa tarjolle erillisiin astioihin, jolloin kukin syöjä voi koota mielensä kokonaisuuden.⁴

Malesia: Riisiä ja sen kanssa 1-3 lisuketta, jotka voivat olla kalaa, kanaa, lihaa tai kasviksia. Paistettu riisi tai nuudelit ovat myös suosittuja.⁵

Lähteet: 1 Hahlanterä 2017 * 2 Räisänen 28.3.2018 * 3 Hallenberg & Perho 2010, 75, 156, 210, 212, 351-454 * 4 Pollok 3.10.2017 * 5 Jaafar 27.12.2017

15.4 Juomat

Persianlahden maat: pulloitettua vettä, erilaisia hedelmämehuja, virvoitusjuomia, kahvia ja teetä.

Malesia: pulloitettua vettä, erilaisia makeita juomia, myös kahvi ja tee juodaan makeutettuina.

Kannussa tarjottava vesi koetaan epähygieenisenä.² Siksi myös hanavesi kannattaa tarjota pullossa. Yleissääntönä voidaan sanoa, että kahvi on yleisempi juoma arabimaissa ja tee tai pelkkä kuuma vesi idempänä Aasiassa.¹

Arabimaissa erittäin suosittu juoma kahvin rinnalla on vahva Karak tee, jonka juuret juontavat Intiaan.^{3,4} Tee maustetaan kardemummalla ja sokerilla, ja siitä tehdään maitoa lisäämällä pehmeä, vaaleanruskea juoma. Osa käyttää maidon ja sokerin sijaan kondensoitua maitoa. Muina mausteina voidaan käyttää lisäksi esimerkiksi saframia ja inkivääriä.⁴

Arabimaissa sokeri lisätään kahviin jo valmistettaessa,¹ joten on hyvä mainita, että Suomessa jokainen makeuttaa kahvinsa itse. Malesialaiset juovat usein niin teen kuin kahvin hyvin makeina kondensoitun maidon kera. Kahvissa on usein vielä lisänä sokeria.⁵

Päivän aikana juodaan paljon kahvia ja vahvaa teetä, virvoitusjuomia ja hedelmämehuja.¹

Lähteet: 1 Hallenberg & Perho 2010, 75, 156, 210, 212 * 2 Pollok 3.10.2017 * 3 Hahlanterä 2017 * 4 Alya 2011 * 5 Jaafar 27.12.2017 * 6 Halsas 11.2.2018

15.5 Jälkiruoat

Persianlahden maat: kahvia tai vahvaa teetä sekä tuoreita hedelmiä ja makeita leivonnaisia. Tuoreiden hedelmien uskotaan auttavan ruoan sulatuksessa ja makea symboloi iloa, vaurautta ja onnea.¹

Malesia: tuoreet hedelmät, makeat keksit ja kakut.²

Välipalaksi ja naposteluun syödään erilaisia siemeniä, pähkinöitä¹ ja taateleita.³

15.6 Ajanvietto

Osa arabeista polttelee mielellään shisha-vesipiippua.¹ Muslimimatkailijat ilahtuvat kovasti, mikäli hotellissa on heitä varten Shisha-kahvila tai -nurkkaus, jossa on tarjolla vesipiippuja, arabialaista kahvia, vahvaa teetä, taateleita ja arabialaisia leivonnaisia.⁴

Arabeille on syytä kertoa selkeästi Suomen tiukasta tupakkalaista ja osoittaa paikka, jossa tupakointi on sallittu.⁴

Lähteet: 1 Hallenberg & Perho 2010, 75, 156, 210, 212 * 2 Jaafar 27.12.2017 * 3 Hahlanterä 2017 * 4 Pollok 3.10.2017

15.7 Palvelu ravintolassa

Arabikansalaiset ovat usein kärsimättömiä ja odottavat tarjoilun tapahtuvan heti ja laadukkaasti. Vaikka henkilökuntaa olisi vähemmän kuin kotona, asiakkaat pidetään tyytyväisinä ystävällisellä ohjauksella.² Mikäli mahdollista, pöytään kannattaa kattaa jo valmiiksi, tai tuoda heti asiakkaan siihen istuutuessa, tarjolle mehuja ja pullovetä, leipää, voita ja juustoa. Näin asiakkaan ei tarvitse odotella tarjoilijaa, vaan hän saa heti jotain pientä syötävää ja juotavaa, joita maistellessa voi rauhassa tutkailla ruokalistoja tai odotella etukäteen tilattuja ruokia.²

Ruoka saa mielellään olla sosiaalisesti syötävää; tarjolle useampia lajeja, jotka pöytäseurue jakaa keskenään. Yhden yksittäisen ruokalajin ei tarvitse olla monimutkainen, kunhan se on maukasta. Mitä useampia lajeja, sitä parempi! Ruokalajien vaihtelevuus on tärkeää; ei samaa kalaa, keittoa tai kasvispataa peräkkäisinä päivinä.² Jos ohjelmaa ja ruokailuja suunnitellaan useille päiville, kannattaa osa ruokailuista suunnitella sisältämään arabilaisia makuja ja ruokalajeja.

Vältä noutopöytää ja tarjoa ruoka isommissa astioissa suoraan pöytiin. Mikäli vain noutopöytä onnistuu, kannattaa asiakas ohjata sinne mainiten, ”tällä tavoin saatte aivan itse valita, mitä haluatte maistaa”.² On kuitenkin hyvä huomioida, että kaikkein **varakkaimmat VIP-vieraat** eivät itse käy hakemassa ruokaa noutopöydästä, vaan joku muu tekee sen ja tuo valmiin annoksen heille pöytään.³

Malesialaiset odottavat palvelun olevan ystävällisen korutonta ja toimivaa. Ensin tutustutaan rauhassa ruokalistaan ja sitten tilataan. Kuten muulloinkin, alkujuomatilausta voi mielellään tiedustella ruokalistoja pöytään tuodessa. Osa haluaa syödä sosiaalisesti ja jakaa ruokalajeja pöytäseurueen kesken, osa taas haluaa itselleen oman annoksen.⁴

Jokainen voi syödä **noutopöydästä** haluamassaan järjestyksessä ja itseään kiinnostavia ruokia, mutta on kohteliasta selittää vieraille, missä järjestyksessä ruokia on ajateltu otettavan. Samoin on hyvä kertoa, mitä mahdollisia erikseen tarjottavia hilloja tai kastikkeita yleensä yhdistetään kuhunkin ruokalajiin. Tästä esimerkkinä lämpimän kalan kanssa tarjottava kylmä kastike tai poronkäritykseen kuuluva puolukkahillo.

Ruokalajien sisältö on myös hyvä kertoa esimerkiksi pienin kyltein tai muulla sopivalla tavalla.⁵

Lähteet: 1 Hallenberg & Perho 2010, 75, 156, 210, 212 * 2 Pollok 3.10.2017 * 3 Räisänen 28.3.2018 * 4 Jaafar 27.12.2017 * 5 Halsas 11.2.2018

15.8 Ruokaan liittyvät tavat

Muslimi pesee kätensä aina ennen ja jälkeen ruokailun. Sormin syödessä **vasenta kättä** ei käytetä ruokailuun, koska sitä käytetään puhdistautumiseen WC-käynnin yhteydessä. Sormin syödessä ruokaa otetaan vähintään kolmella sormella, ei koskaan vain kahdella. Ruokapöydässä käytetään **oikeaa kättä** myös tarjoiltaessa tai annettaessa asioita muille pöydässä istujille.¹

Lautasen kaapiminen puhtaaksi kertoo, että syöjällä on vielä nälkä. Tultuaan kylläiseksi kohtelias muslimi jättää lautaselleen hieman ruokaa. Tapaa noudatetaan suurimmassa osassa islamin maita. Poikkeuksen tähän tekee Iran, jossa lautaselle jätetty ruoka kertoo, että syöjä ei pitänyt siitä.¹

Vieraanvaraisuus kuuluu islamilaisuuteen ja sitä osoitetaan niin tutuille kuin tuntemattomille. Vieraanvarainen isäntä nauttii vieraansa kanssa runsaan aterian, vaikka olisi itse juuri syönyt.¹

Suomalaisille tuttu **kursailu** on niin ikään osa islamin ruokakulttuuria. Taloon poikennutta vierasta taivutellaan syömään isäntäväen kanssa omia tarjoiluja vähätellen. Vieraan tulee alkuun kieltäytyä kutsusta ja myöntyä vasta taivuttelun jälkeen.¹

Mikäli ruokailun isäntä ohjaa vieraitaan istuinpaikoille, **tilaisuuden tärkein henkilö** istuu keskellä, seuraavaksi tärkein vieras tämän oikealla puolella ja kolmanneksi tärkein vasemmalla puolella. Uloimpana istuvat vähiten tärkeät henkilöt. Tarjoilu aloitetaan aina tärkeimmästä henkilöstä.¹

Vastakkain istuminen koetaan muodollisena neuvottelutilanteena ja pyöreän tai kulmikkaan pöydän ympärillä istuminen tasa-arvoisemmaksi ja läheisemmäksi. **Samanarvoiset henkilöt**, esimerkiksi ystävykset ja pariskunnat, istuvat aina vierekkäin tai kulmittain toisiinsa nähden, ei vastakkain kuten Suomessa usein.¹



Kuva 4. Koraani ja rukousnauha.²

Lähteet: 1 Hallenberg & Perho 2010, 25, 38, 67, 73-76 * 2 Pixabay

16 Muita kanssakäymiseen liittyviä asioita

Muslimien kanssa liikkuvan oppaan on hyvä tuntea islaminuskon perusteet ja asiakkaansa lähtömaan kulttuuria. Näin hän pystyy paremmin toimimaan myös kulttuurisena tulkkina vieraiden ja kyseistä kulttuuria vähemmän tuntevien välillä.¹

Kengät ovat muslimille rituaalisesti aina likaiset, joten ne otetaan pois jaloista kotiin tai pyhään paikkaan kuten rukoushuoneeseen tai moskeijaan mentäessä. Kengänpohjien tulee aina osoittaa maata kohti, ei koskaan toista ihmistä päin.²

Islamilaisuuden mukaan naisen tulee välttää katsekontaktia ja samassa tilassa yksin olemista vieraiden miesten kanssa ilman oman aviomiehen tai muiden lähisukulaisiksi luettavien miesten seuraa.^{3, 4} Samoin **islamilaisuuden mukaan** toisilleen vieraiden miesten ja naisten ei kuulu koskettaa toisiaan, joten osa ei halua kätellä vastakkaista sukupuolta vaan tervehtii ilman kosketusta.⁵ On hyvä huomioida, että **joissakin islamin maissa**, kuten Omanissa, elämä on modernimpaa ja yllä maintenanceja islamilaisuuden sääntöjä ei enää juurikaan noudateta.⁶ On kohteliasta antaa vieraan päättää, miten hän haluaa toimia.

Lähteet: 1 Pollok 3.10.2017 * 2 Hallenberg & Perho 2010, 38 * 3 Palva 2016, 188-190 * 4 Hallenberg 2016, 60 * 5 Hämeen-Anttila 2017, 269 * 6 Räisänen 28.3.2018

16.1 Puheenaiheet

Jokainen muslimi on yksilö, mutta **puheenaiheita voi jaotella yleistäen turvallisiin ja vältettäviin**. Vieraaseen kulttuuriin tulevaa kiinnostaa aina se, miten paikallinen yhteiskunta toimii. Suomessa riittää paljon puhuttavaa niin sosiaaliturvasta, korkeasta palkkatasosta, veroista, vähäisestä asiakaspalveluhenkilöstön määrästä, peruskoulusta, asumisesta, ihmisten arkipäivän elämästä yleensä, vaihtuvista vuodenaajoista ja säästä. Sade, viileys ja lumi ovat lämpimistä maista tuleville eksotiikkaa!^{1,2}

Vältettävien puheenaiheiden listalle päätyvät uskonto ja politiikka.^{1,2} Molemmista aiheista **voi keskustella yleisellä, asia tasolla** esimerkiksi maan uskonnon jakaumasta, uskonnollisista tavoista tai poliittisesta järjestelmästä. Vieraalta ei ole soveliasta tiedustella tämän edustamaa islamilaisuuden suuntausta tai aloittaa keskustelua islamilaisuuden huonoon valoon saattaneista tapahtumista. Profeetta Muhammad on islamissa erittäin kunnioitettu ja hänen pilkkaamisensa nähdään monijumalaisuuden jälkeen pahimpana mahdollisena tekona.³

Lähteet: 1 Pollok 3.10.2017 * 2 Jaafar 27.12.2017 * 3 Hämeen-Anttila 2017, 238

16.2 Koira

Muslimit eivät mielellään vieraile sisällä tiloissa, joissa on koiria, koska islamilaisuudessa **koira ja erityisesti niiden sylki nähdään saastaisina**. Poikkeuksen tekevät työkoirat eli metsästys-, opas-, pelastus-, vahti- ja paimenkoirat. Niiden pito on sallittua myös muslimille. Eläimille saa kuitenkin osoittaa lempeyttä ja on uskonnollisesti hyveellistä antaa janoiselle koiralle vettä.¹

Koiravaljakkoajelu on soveliaasta tekemistä, kunhan muslimin ei tarvitse koskea koiriin.²

Lähteet: 1 Hallenberg & Perho 2010, 38 * 2 Pollok 3.10.2017

16.3 Arabiankielisiä fraaseja

Fraasien oikean ääntämistavan voi käydä kuuntelemassa Yle Oppimisen Arabian kielen alkeiskurssin Fraasit-sivustoilta. Kurssin verkko-osoite on: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/12/15/arabian-alkeiskurssi>.

ahlan wa sahlān	Tervetuloa!
ahlan biik / ahlān biiki	Päivää!
as-salaamu aleekum	Hyvää päivää!
aleekum is-salaam	Päivää
salaam	hei, hei (hyvästellessä)
šukran	kiitos
aywa	kyllä
la / laa	ei

16.4 Seksuaalisuus islamissa

Islamilaisuudessa seksuaalisuus liittyy suvunjatkamiseen ja kuuluu miehen ja naisen väliseen avioliittoon. Esiaviolliset tai avioliiton ulkopuoliset suhteet eivät ole hyväksyttyjä. Islam suhtautuu kielteisesti myös homoseksuaalisuuteen. Homoseksuaalisten suhteiden kriminalisointi vaihtelee maasta toiseen, mutta Lähi-idän maissa asiaa katsotaan yleensä läpi sormien. Islamilaisuus ei myöskään hyväksy vastakkaisen sukupuolen asuun pukeutumista eli esimerkiksi Drag-artistejä.¹

Matkoilla voidaan kaivata vapaampaa ilmapiiriä, joten näissäkin asioissa on syytä olla hienotunteinen.²

Lähteet: 1 Hallenberg 2010, 32-34, 63 * 2 Räisänen 28.3.2018

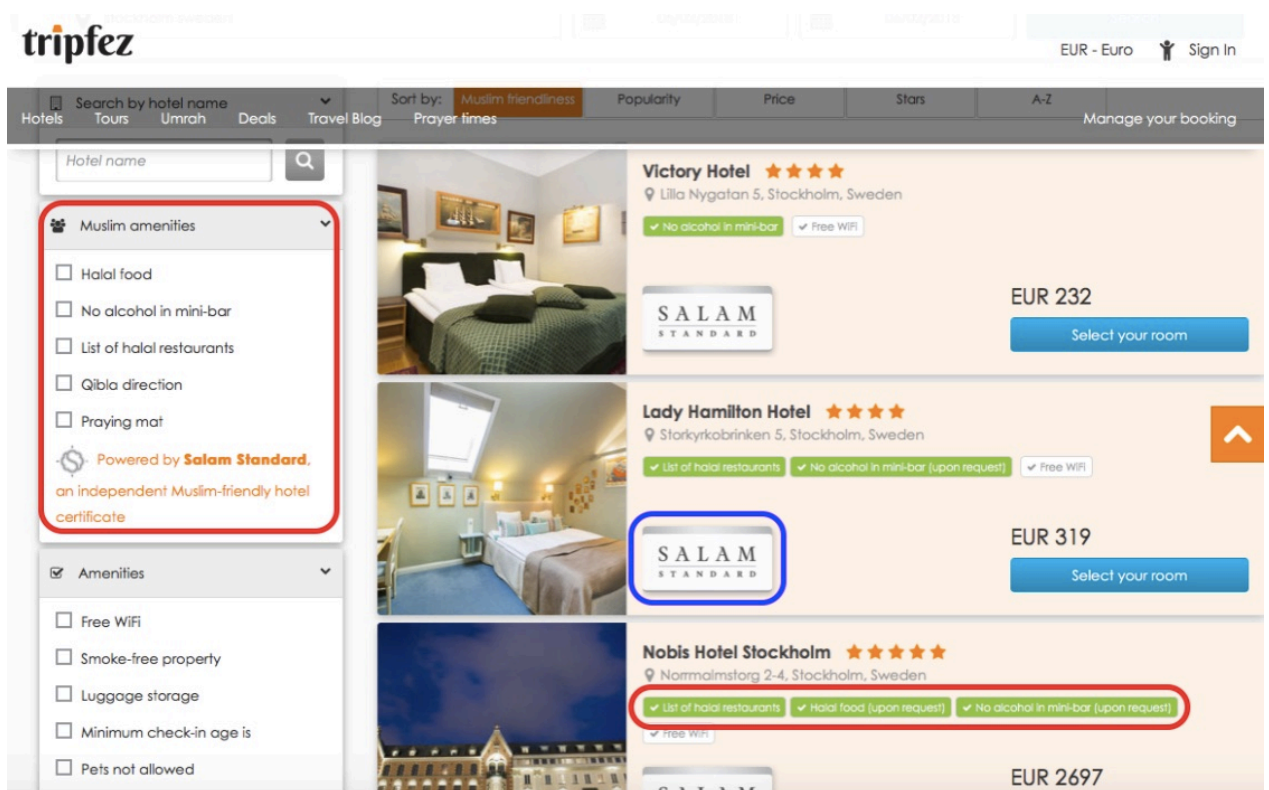
17 Muslimeille suunnattuja matkustuksen verkkosivustoja

Tripfez on muslimeille suunnattu, pääosin hotellivarauksiin keskittyvä malesialainen verkkosivusto. Hotelli-tarjonnasta sivustolla vastaa Expedia.^{1,2}

Hotelleiden on mahdollista listata itsensä sivustolla ”muslim amenities” eli muslimi palveluiden tarjoajaksi kategorioissa: tarjolla halal-ruokaa, alkoholiton minibaari, halal-ravintola listaus, rukoussuunta Qibla ja rukousmatto huoneessa.^{1,2}

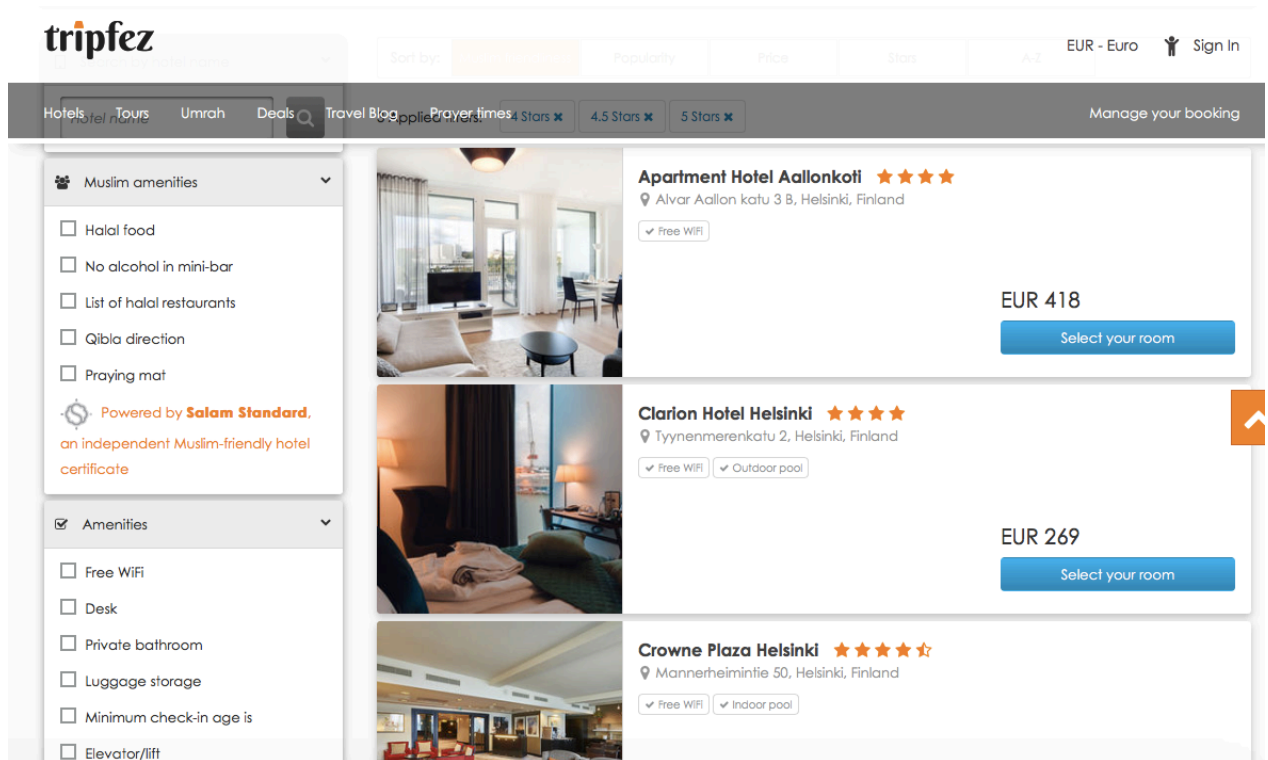
Palveluiden listausta varten hotelli rekisteröityy Salam Standard -sivuston kautta verkko-osoitteessa: www.salamstandard.org.³

Kuvassa 5 on nähtävissä esimerkkinä muslimipalveluita tarjoavia hotelleja Tukholmassa. Kunkin hotellin tarjoamat palvelut näkyvät hotellien kohdalla vihreällä pohjalla. Vähimmillään alkoholiton minibaari.



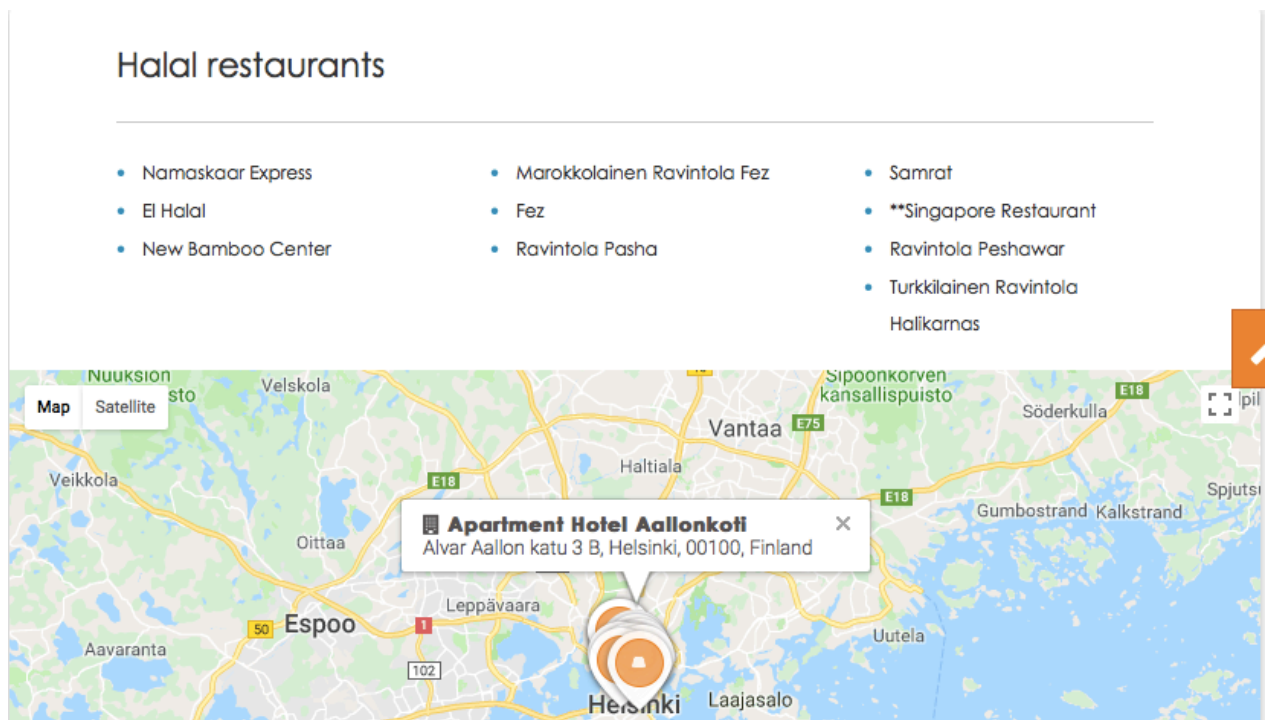
Kuva 5. Esimerkki muslimipalveluiden listauksesta tripfez-verkkosivuston hotellitarjonnassa Tukholmassa¹

Kuvassa 6 esimerkkinä Helsingin hotellitarjontaa. Muslimeille suunnattuja palveluja ei ole listattu tarjolle maaliskuussa 2018 yhdessäkään hotellissa.



Kuva 6. Esimerkki tripfez-verkkosivuston hotellitarjonnassa Helsingissä¹

Sivusto listaa kuhunkin kohteeseen lisätietoina halal-ravintoloita ja moskeijoita. Nämä tiedot löytyvät kun-kin hotellin kohdalta, kun hotellitiedot avataan näytölle. Kuvassa 7 halal-ravintola listaus Helsingissä.



Kuva 7. Esimerkki tripfez-verkkosivuston halal-ravintolatarjonta listaus Helsingissä hotellin lisätiedoissa¹

Halaltrip, www.halaltrip.com, on halal-ystävällisen matkailun asiantuntijayritys Crescentrating ylläpitämä verkkosivusto. Sivusto tarjoaa muslimimatkoille ideoita ja tietoja matkakohteista sekä mahdollisuuden tehdä varauksia. Sivustolta löytyvät muslimi-ystävälliset kaupunkioppaat Helsinkiin, Turkuun ja Tampereelle. Näiden lisäksi Vaasasta on lyhyt kuvaus ja Helsingistä lisäksi muutama blogikirjoitus.

Halalbooking, en.halalbooking.com, on varaussivusto, jonka kautta on varattavissa halal-matkoja. Suomi ei ole mukana kohdelistauksissa.

Luxury Halal Travel, www.luxuryhalaltravel.com, keskittyy nimensä mukaisesti luksus halal-matkailuun. Suomi ei ole mukana kohdelistauksissa.

Have Halal, Will Travel, www.havehalalwilltravel.com, jakaa tietoa muslimimatkoille kiinnostavista asioista artikkeleissaan. Suomi ei ole mukana kohdelistauksissa.



Kuva 8. Arabimiehiä pelin äärellä.⁴

Lähteet: 1 tripfez b * 2 tripfez a * 3 Salaam Standard * 4 Pixabay

18 Matkailuyrityksen muistilista

Tee tietoiset päätökset

- Mitä muslimimatrustajaryhmää tai -ryhmiä tavoitellaan
 - mihin tuotteen ja palvelun taso riittää; kansainvälisesti laadukas vai ylellinen
- Mitä tarpeita jatkossa huomioidaan
 - halal-ruoka, rukoussuunta Qibla, alkoholiton minibaari, rukoustila, ei mitään
- Mitä kautta potentiaalisia asiakkaita tavoitellaan
 - matkanjärjestäjäyhteistyö, muslimille suunnatut verkkopalvelut, joku muu
- Millaisia muutoksia tai lisäyksiä toimintaan tehdään/ ei tehdä lyhyellä ja pitkällä aikavälillä ajatellen
 - varausprosessia
 - asiakkaan islamilaisuuden ja erityispalveluiden tarpeen selvitys
 - palvelukohtaamisia
 - laadukas henkilökohtainen palvelu, joustavuus ja ripeys palvelutilanteissa
 - sisäisiä toimintaohjeita
 - hienotunteisuus, ystävällisyys, uskallus kysyä, inhimillisyys, kulttuurin tunteminen
 - verkkosivuja
 - lisäykset englanninkielisiin sivuihin, arabiankielisen osion tarve
 - ruokatarjontaa
 - halal huomioitua raaka-aineet, reseptiikka, ruoanvalmistus, tarjoilu, menut
 - aktiviteettitarjontaa
 - tarkennukset ohjelmakuvauksiin, pukeutumisohjeet, muu ohjeistus, varustetarve
 - ohjelman muokkautuvuus tarvittaessa lennosta, myöhästymisvara
 - majoitustiloja
 - rukoussuunta, alkoholiton minibaari, kylpytossut
 - yhteiskäyttötiloja
 - huomioiminen tarjoiluun; kahvi, tee, lämminvesi, taatelit, makeat leivonnaiset, vesipiiput
 - naisten ja lasten huomioiminen

Kun päätökset on tehty

- Ota henkilökunta mukaan prosessiin mahdollisimman aikaisin, kouluta heitä
- Kirjaa kaikki asiakasprosessit selkeiksi, yksinkertaisiksi toimintaohjeiksi
- Mietti valmiiksi vastauksia kysymyksiin, joita palvelutilanteissa voi nousta esiin
- Tuota tarvittavat tukimateriaalit henkilökunnalle
- Tuota tarvittavat asiakasmateriaalit ja ohjeistukset englanniksi sekä tarvittaessa arabiaksi
- Päivitä verkkosivujen englanninkielinen osuus sekä teetä mahdollinen arabiankielinen osio
- Mikäli mahdollista, ota arabiankielisiä harjoittelijoita oppilaitoksista mukaan prosessiin
- Varmista tarpeellinen määrä osaavia yhteistyökumppaneita; oppaat, retket, muu tekeminen
- Varmista asiakkaista opitun tiedon ja asiakaspalautteen keräys ja käyttö toiminnan kehittämiseksi

Lähteet

Alya 2011. Chai Karak: The Popular Drink That's Rapidly Spreading in the Gulf. Luettavissa: <http://khaleej-jesque.com/2011/09/lifestyle/chai-karak-the-popular-drink-thats-rapidly-spreading-in-the-gulf/>.

Amadeus 2016. Halal Travellers 2016. Luettavissa: <http://www.amadeus.com/web/binaries/blobs/864/164/halal-travel-report-2016.pdf>.

AmalMerge (M) Sdn. Bhd. 2004. Guidelines for the preparation of the halal food and goods for the muslim consumers. Luettavissa: <http://www.halalrc.org/images/Research%20Material/Literature/halal%20Guidelines.pdf>.

Astro Awani 2017. 3.6 million credit card holders in Malaysia as at June. Luettavissa: <http://english.astroawani.com/malaysia-news/3-6-million-credit-card-holders-malaysia-june-153192>.

Atmani, M. 2017. Interlaken, The New Swiss Mecca For Rich Muslim Tourists. Luettavissa: <https://www.worldcrunch.com/culture-society/interlaken-the-new-swiss-mecca-for-rich-muslim-tourists>.

Battour, M. 2016. Halal Tourism or Muslim-Friendly Tourism. Luettavissa: <https://www.crescentrating.com/magazine/opinion/3925/halal-tourism-or-muslim-friendly-tourism.html>.

Battour, M. 2017. Treating Muslim Tourists with Respect. Luettavissa: <https://www.crescentrating.com/magazine/opinion/3943/treating-muslim-tourists-with-respect.html>.

Battour, M. & Ismail, M. N. 2015. Halal tourism: Concepts, practises, challenges and Future. Luettavissa: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>.

Chubb 2017. Malaysia's Travel Survey Findings. Luettavissa: <https://www2.chubb.com/my-en/articles/malaysia-travel-survey-findings.aspx>.

CrescentRating 2015. Muslim / Halal travel market. Basic concepts, terms and definitions. Luettavissa: <https://www.crescentrating.com/online-halal-travel-glossary.html>.

CrescentRating 2018. 10 Key Halal Travel Trends 2018 by CrescentRating. Luettavissa: <https://www.crescentrating.com/reports/halal-travel-frontier-2018.html>.

Dali, N. R. S. M., Yousafzai, S. & Hamid, H. A. 2015. Credit cards preferences of Islamic and conventional credit card. Journal of Islamic Marketing, 6, 1, 72–94. Luettavissa: <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2013-0039>.

De lo Fayos, F. G. & Jongberg, K. 2017. Persianlahden maat, Iran, Irak ja Jemen. Luettavissa: http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/fi/displayFtu.html?ftuld=FTU_6.6.5.html.

Department of Statistics Malaysia Official Website 2015. Population clock. Luettavissa: <https://www.dosm.gov.my/v1/>.

Elintarvikevirasto. Islamin ruokasäännöt ja ruoka Suomessa. Helsinki.

Hahlanterä, J. 2017. UAE travel market outwards trends. Finpro Oy. Helsinki.

Hallenberg, H. 2016. Miten elää muslimina? Teoksessa Palva, H. & Perho, I. (toim.). Islamilainen kulttuuri, s. 12–77. Otava. Helsinki.

Hallenberg, H. & Perho, I. 2010. Ruokakulttuuri islamin maissa. Gaudeamus. Helsinki.

Halsas, H.-L. 11.2.2018. Authorized guide. Hanigo. Sähköposti.

Ho, J. 2017. Malaysia Presents Massive Opportunities for Payments Operators and Retailers. Luettavissa: <https://blog.wirecard.com/malaysia-presents-massive-opportunities-for-payments-operators-and-retailers/>.

Hofstede, G. 1992. Kulttuurit ja organisaatiot. Mielen ohjelmointi. Werner Söderström Osakeyhtiö. Helsinki.

Hofstede Insights 2017. Country Comparison. Finland, United Arab Emirates, Malaysia. Luettavissa: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>.

Hotelier Middle East 2017. Trends that will impact Middle East travel. Luettavissa: <http://www.hotelier-middleeast.com/30354-trends-that-will-impact-middle-east-travel/>.

Hämeen-Anttila, J. 2004. Islamin käsikirja. Otava. Helsinki.

Hämeen-Anttila, J. 2017. Uusi Islamin käsikirja. Otava. Helsinki.

IstiZada a. 6 Middle East Online Payment Methods. Luettavissa: <http://istizada.com/blog/middle-east-online-payment-methods/>.

IstiZada b. Doing business in the Middle East. Luettavissa: <http://istizada.com/doing-business-in-the-middle-east/>.

Jaafar, N. 27.12.2017. Strategic Planner. Tourism Malaysia. Sähköposti.

Joifin, F. 5.10.2017. Your Guide To Islamic Credit Cards. Luettavissa: <https://www.compare-hero.my/blog/guide-islamic-credit-cards>.

Maffei, Y. 2016. My Halal Kitchen: Global Recipes, Cooking Tips and Lifestyle Inspiration. Surrey and Agate imprint. Chicago.

Khan, M., Ro, H., Gregory, M. A. & Hara, T. 2016. Gender Dynamics from an Arab Perspective: Intercultural Service Encounters. *Cornell Hospitality Quarterly* 2016, 57, 1, 51–65.

Med-Diet Inc. 2010. Creating a Halal-Friendly Kitchen. Luettavissa: <http://www.ifanca.org/HFSK/Halal%20Kitchen%20In-Service%20Guide%20for%20Foodservice%20Operators.pdf>.

Palva, H. 2016. Taiteet ja arkkitehtuuri. Teoksessa Palva, H. & Perho, I. (toim.). *Islamilainen kulttuuri*, s. 416–481. Otava. Helsinki.

Perho, I. 2016a. Kamelin kesyttämisestä Bagdadin tuhoon. Oppisuuntia. Teoksessa Palva, H. & Perho, I. (toim.). *Islamilainen kulttuuri*, s. 123–127. Otava. Helsinki.

Perho, I. 2016b. Mamelukit, osmanit, mogulit ja safavidit. Teoksessa Palva, H. & Perho, I. (toim.). *Islamilainen kulttuuri*, s. 128–166. Otava. Helsinki.

Pixapay. Kannen kuva ja kuvat sivuilla 10, 31 ja 36.

Pollok, M. 3.10.2017. Specialist for international tourism. Freelancer. Tiedonanto. Helsinki.

Räisänen, J. 28.3.2018. Director of Quality – Professional and Vocational Studies. Oman Tourism College. Sähköposti.

Salaam Standard. Luettavissa: <https://www.salamstandard.org>.

Salem, F. 2017. The Arab Social Media Report 2017: Social Media and the Internet of Things: Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World (Vol. 7). Luettavissa: <http://www.mbrsg.ae/getattachment/1383b88a-6eb9-476a-bae4-61903688099b/Arab-Social-Media-Report-2017>.

Shutterstock. Kuva 2.

Thompson, D. 2016. Arabic travel booking websites in the Middle East. Luettavissa: <http://www.hotelier-middleeast.com/25795-arabic-travel-booking-websites-in-the-middle-east/>.

Tilastokeskus 2018. Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain muuttujina Alue, Maa, Tiedot ja Vuosi. 2013, 2017. Arabiemiirikunnat, Malesia. Luettavissa: http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland__Majoitustilastot/020_matk_tau_312.px/table/tableViewLayout1/?rxid=af7e23b5-13af-449f-9fd3-785f3fe5b63e.

Tripfez a. Hotels. Stockholm. Helsinki. Luettavissa: <https://www.tripfez.com/en/>.

Tripfez b. Terms & Conditions. Luettavissa: <https://developer.ean.com/terms/en/>.

Ulkoministeriö. Viisumin tarve ja Suomen hyväksymät matkustusasiakirjat. Luettavissa: <http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=15720&contentlan=1&culture=fi-FI>.

United Arab Bank 2018. UAB Islamic Credit Card. Luettavissa: <https://www.uab.ae/islamic-banking/islamic-credit-card>.

UNWTO 2012. World Tourism Organization. The Middle East Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination. World Tourism Organization (UNWTO). Madrid. Luettavissa: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284414277>.

UNWTO 2017. World Tourism Organization. Contribution of Islamic Culture and its Impact on the Asian Tourism Market. World Tourism Organization (UNWTO). Madrid. Luettavissa: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418053>.

UNWTO & Tourism Australia 2013. Key Outbound Tourism Markets in South-East Asia – Indonesia, Malaysia, Singapore, Thailand and Vietnam. World Tourism Organization (UNWTO). Madrid.

Vase 2017. Report: Malaysian Travel Trends 2017. Luettavissa: <https://vase.ai/blog/report-malaysian-travel-trends-2017/>.

Vyver, J. 2017. Explainer: Why do Muslim women wear a burka, niqab or hijab? Luettavissa: <http://www.abc.net.au/news/2014-09-23/why-do-muslim-women-wear-a-burka-niqab-or-hijab/5761510>.

We are social 2017. Digital in 2017: Southeast Asia. Luettavissa: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-southeast-asia>.